

## Antwort

### der Bundesregierung

**auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Matthias Seestern-Pauly, Thomas Hacker, Katja Suding, weiterer Abgeordneter und der Fraktion der FDP  
– Drucksache 19/23957 –**

### „Ehrenpflegas“-Miniserie

#### Vorbemerkung der Fragesteller

Mit der Serie „Ehrenpflegas“ hat sich das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) das Ziel gesetzt, Jugendliche für eine Ausbildung in der Pflege zu begeistern. Die Serie soll „auf unterhaltsame Weise über den Pflegeberuf“ informieren und auf „die Chancen und die Vielfalt der neuen Pflegeausbildung aufmerksam“ machen (<https://www.bundesregierung.de/breg-de/aktuelles/serie-ehrenpflegas-gestartet-1797950>).

Die Serie stieß in der Öffentlichkeit auf ein negatives Echo (<https://www.spiegel.de/start/ehrenpflegas-werbung-des-familienministeriums-sorgt-fuer-aerger-a-15acde52-d587-433a-9a7c-466a71d2709e>). So heißt es beispielsweise: „Die Resonanz im Netz fällt vernichtend aus. Auf den Social-Media-Accounts des Bundesfamilienministeriums machen sich Nutzer über die Jugendsprache lustig und kritisieren, dass das Bundesministerium durch die Serie so wirke, als würden die Leute dort junge Menschen, die eine Ausbildung in der Pflege erwägen, nicht ernst nehmen.“ (<https://www.sueddeutsche.de/medien/serie-youtube-pflege-1.5069951>). Die Kritik an der veröffentlichten Miniserie wächst zusehends und mündet aktuell sogar in einer laufenden Petition bei einer Drittanbieterplattform (<https://www.openpetition.de/petition/online/wir-sind-kein-e-ehrenpflegas>).

Unstrittig aus Sicht der Fragesteller ist, dass die Pflegeausbildung gestärkt werden muss. Ob dies jedoch durch die Serie des Bundesfamilienministeriums gelungen ist, ist aus Sicht der Fragesteller anzuzweifeln.

1. Welche konkreten Ziele – die im Vorfeld von der Bundesregierung formuliert wurden – sind mit der Veröffentlichung und Verbreitung der Miniserie „Ehrenpflegas“ erreicht worden, und wie und wann evaluiert die Bundesregierung die Zielerreichung?

Falls ja, in welcher Form?

Falls nein, weshalb nicht?

Die Miniserie ist ein Baustein der Informations- und Öffentlichkeitskampagne „Mach Karriere als Mensch!“. Die Kampagne ist Bestandteil der Ausbildungs-

offensive Pflege (2019-2023), die im Januar 2019 im Rahmen der Konzertierten Aktion Pflege gestartet wurde.

Ziel der Ausbildungsoffensive Pflege ist es, die neue Pflegeausbildung bekannt zu machen und die Zahl der Auszubildenden bis zum Ende der Offensive im Jahr 2023 im Bundesdurchschnitt um mindestens 10 Prozent gegenüber dem Referenzjahr 2019 zu steigern. Die Miniserie soll dazu im Rahmen der Kampagne einen Beitrag leisten.

Die Ergebnisse der Ausbildungsoffensive Pflege werden durch ein begleitendes Monitoring der hierfür eingerichteten Geschäftsstelle beim Bundesamt für Familie und zivilgesellschaftliche Aufgaben transparent gemacht und in einer gemeinsamen Abschlussbilanz aller Partner dargestellt. Der erste Bericht zur Ausbildungsoffensive Pflege mit Stand Anfang Oktober wurde am 13. November 2020 veröffentlicht und kann unter [www.pflegeausbildung.net/ausbildungsoffensive-und-kampagne/erster-bericht.html](http://www.pflegeausbildung.net/ausbildungsoffensive-und-kampagne/erster-bericht.html) heruntergeladen werden.

Seit der Veröffentlichung der Miniserie wurden die fünf Folgen insgesamt über 3,5 Millionen Mal aufgerufen. Die Wirkung der Miniserie wurde durch eine repräsentative online-Befragung der Zielgruppe (14-25-jährige) überprüft. Die Befragung hat bestätigt, dass die Serie von der Zielgruppe positiv wahrgenommen wird. 74 Prozent haben die Serie mit gut oder sehr gut bewertet. 84 Prozent der Befragten sind davon überzeugt, dass die Serie dazu beitragen kann, junge Menschen für eine Ausbildung in der Pflege zu interessieren und weitergehende Informationsangebote zu nutzen. Das vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) eingerichtete Informationsportal [www.pflegeausbildung.net](http://www.pflegeausbildung.net) verzeichnet durchschnittlich 30.000 Zugriffe pro Woche. Dort finden Ausbildungsinteressierte alle Informationen zu den neuen Pflegeausbildungen nach dem Pflegeberufegesetz.

2. Welche inhaltlichen Anforderungen hat die Bundesregierung an die Produktionsfirma der Serie gestellt, und ist die Bundesregierung der Auffassung, dass diesen entsprochen wurde (bitte begründen)?

Das BMFSFJ hat eine Agentur mit der Durchführung der Informations- und Öffentlichkeitskampagne „Mach Karriere als Mensch!“ beauftragt. Im Rahmen ihres Auftrags hat die Agentur verschiedene Kampagnen-elemente entwickelt, um bei den unterschiedlichen Zielgruppen eine nachhaltig wirksame, bundesweite Aufmerksamkeit für die neue Pflegeausbildung zu erzielen. Ein Element war eine fiktive, unterhaltsame Miniserie, um potentiellen jungen Auszubildenden, die anders nicht in gleicher Weise erreicht werden können, auf humorvolle und leicht zugängliche Art eine Ausbildung in der Pflege näherbringen. Mit der Umsetzung hat die Agentur die Produktionsfirma beauftragt.

3. Teilt die Bundesregierung die vom Deutschen Berufsverband geäußerte Kritik, dass die Art und Weise, in der in dieser Serie die Ausübung des Pflegeberufs dargestellt wird, würde „Selbstverständnis, Ethos und Pflegefachlichkeit der Berufsgruppe“, die Darstellung der Pflege verletzen (<https://www.sueddeutsche.de/medien/serie-youtube-pflege-1.5069951>; bitte begründen)?

Die Miniserie verfolgt als erkennbar fiktives Format im Rahmen der Gesamtkampagne mit ihren verschiedenen Maßnahmen nicht das Ziel, den Berufsalltag von Pflegefachkräften vollständig und realitätsgetreu abzubilden. In dem mit der Miniserie veröffentlichten Realitätscheck wird dies noch einmal ausdrücklich behandelt und der Alltag der Pflegefachkräfte im Kontext mit der Miniserie erörtert ([www.youtube.com/watch?v=5nwWJeYxvus&t=3s](http://www.youtube.com/watch?v=5nwWJeYxvus&t=3s)). Die Miniserie

zeigt trotz des bewusst unterhaltsamen Ansatzes die Vorteile der neuen Berufsausbildung auf und zeichnet ein positives Bild des Berufsfelds. Dass es in der Pflege einer hohen Fachlichkeit und eines hohen Berufsethos bedarf, wird dadurch nicht in Frage gestellt.

4. Spiegelt die Darstellung des Pflegeberufs in der Serie „Ehrenpflegas“ das Bild des Pflegeberufs der Bundesregierung wider (bitte begründen)?

Es wird auf die Antwort zu Frage 3 verwiesen.

5. Hat die Bundesregierung weitere Vereinbarungen mit der Produktionsfirma der Serie „Ehrenpflegas“ getroffen, beispielsweise über eine Fortsetzung der Serie?

Falls nein, plant die Bundesregierung derartige Gespräche und/oder eine Fortsetzung?

Die Miniserie ist als einmaliges Projekt im Rahmen der Gesamtkampagne „Mach Karriere als Mensch!“ angelegt. Es ist keine Fortsetzung geplant.

6. Hat die Bundesregierung weitere Vereinbarungen mit Produktionsfirmen getroffen, um ähnliche Formate für andere Berufsfelder (z. B. Erzieherberuf) zu produzieren?

Falls ja, für welche Berufsfelder wurden welche inhaltlichen Vereinbarungen jeweils getroffen?

Falls nein, haben dahin gehend vorbereitende Gespräche mit relevanten Akteuren (z. B. Produktionsfirmen) stattgefunden?

Es wird auf die Antwort zu Frage 5 verwiesen.

7. Welche Kriterien waren für die Umsetzung einer Kampagne zur generalistischen Pflegeausbildung im Rahmen einer „unterhaltsamen Miniserie“ für die Bundesregierung entscheidend (<https://www.bmfsfj.de/bmfsfj/aktuelles/alle-meldungen/ehrenpflegas-miniserie-neue-pflegeausbildung/161080>)?

Die fünf cineastischen Episoden der Miniserie sollen Jugendliche dazu ermutigen, sich intensiver mit dem Pflegeberuf zu beschäftigen und weitergehende Information zu einer Ausbildung in der Pflege einzuholen. Trotz des fiktiven Charakters der Miniserie ist jede der fünf Folgen mit einer Botschaft zur neuen Pflegeausbildung verknüpft, die jeweils einen Mehrwert der Ausbildung thematisiert. So wird in der ersten Folge die generalistische Ausbildung vorgestellt, in einer weiteren Folge die angemessene Ausbildungsvergütung erwähnt und später auf die Möglichkeit des neuen Pflegestudiums hingewiesen. Damit erhöht sich die Chance, dass die Jugendlichen die mit der Miniserie angebotenen weitergehenden Informationen wie den „Ehrenpflegas Realitätscheck“ mit echten Pflegekräften und das Informationsportal [www.pflegeausbildung.net](http://www.pflegeausbildung.net) nutzen, um sich über die Vorteile der neuen Pflegeausbildung und die mit dem Pflegeberufegesetz erfolgte Aufwertung der Ausbildung zu informieren.

8. Welche Zielgruppe mit welchen konkreten bestehenden Schlüsselkompetenzen sollen durch die Miniserie adressiert werden?

Die Miniserie ist ein unterhaltsames Format für Jugendliche und junge Erwachsene in der Berufsorientierungsphase und verfolgt als solches nicht das Ziel einer Differenzierung von Zielgruppen nach „konkreten bestehenden Schlüsselkompetenzen“.

9. Aus welchen Gründen entschied sich das BMFSFJ im Zuge der Kampagne gegen eine authentische Darstellung des Berufsalltags von Pflegekräften, die neben Dokumentationspflichten auch den Schwerpunkt Hospizpflege thematisiert?

Im Rahmen der Kampagne „Mach Karriere als Mensch!“ wurde u. a. die Pflegeportraitserie „Frühspätnachtdienst“ mit fünf Episoden produziert. In dem Format wird in jeder Episode eine Pflegefachperson oder eine Auszubildende bzw. ein Auszubildender während der Arbeit begleitet und portraitiert. In den Episoden sprechen die Personen darüber, warum sie sich für diesen Beruf entschieden haben. Damit werden die Aspekte des Arbeitsalltags als Pflegefachperson sichtbar. Ziel ist es, die Vielfalt und die unterschiedlichen Einsatzbereiche in der Pflege darzustellen und zu zeigen, aus welchen Gründen sich Pflegefachkräfte für ihre Ausbildung entschieden haben. Die Serie ist über den YouTube-Kanal des BMFSFJ abrufbar.

10. Inwiefern ist der Pflegeberuf nach Ansicht der Bundesregierung aufgrund seiner besonderen ethischen wie medizinischen Anforderungen überhaupt für eine „unkonventionelle Darstellung“ geeignet?

Um das Ziel der Ausbildungsinitiative Pflege bis 2023 im Bundesdurchschnitt 10 Prozent mehr Auszubildende in der Pflege zu erreichen, werden im Rahmen der Kampagne verschiedene Formate für verschiedene Zielgruppen entwickelt. Das Format einer fiktiven Miniserie mit bei Jugendlichen bekannten Darstellerinnen und Darstellern ist eine für die Bundesregierung ungewöhnliche Kommunikationsform, um die Aufmerksamkeit junger Menschen zu erzielen. Ziel dieses Formats ist es, Jugendliche in ihrer eigenen Lebenswelt abzuholen und sie auf diese Weise auf die Möglichkeit einer Ausbildung in der Pflege aufmerksam zu machen und ihr Interesse an einer Fülle von Angeboten für Ausbildungsberufe zu wecken. Der hohe Fachkräftebedarf in der Pflege macht es erforderlich, neue Wege zu gehen, um Zielgruppen auf die Chancen einer Pflegeausbildung aufmerksam zu machen, die eine solche Ausbildung bislang nicht in den Blick genommen haben.

11. Aufgrund welcher Überlegungen des BMFSFJ bzw. welcher Kriterien werden einzelne Hauptcharaktere in „Ehrenpflegas“ nach Auffassung der Fragesteller überwiegend als bildungsferne wie naive Akteure mit geringer Sozialkompetenz dargestellt?

Die drei sehr unterschiedlichen Hauptcharaktere mit ihren Stärken und Schwächen sind aufgrund des humorvollen Charakters der Miniserie bewusst überzeichnet. Sie setzen sich in ihrer Verschiedenheit mit Alltagsproblemen und Zukunftsfragen auseinander, die Jugendliche beschäftigen, unterstützen sich hierbei gegenseitig und werden dabei insgesamt positiv dargestellt. Hauptfigur Boris macht eine Entwicklung durch, an dessen Ende die Entscheidung für die Fortführung einer Ausbildung in der Pflege steht. Die Geschichte knüpft trotz

Fiktion an die Perspektive vieler Jugendlicher an. Hierzu gehören auch Jugendliche, die ihren beruflichen Weg bisher nicht gefunden haben.

12. Wie gestaltete sich dabei der Prozess von der Ideenfindung über die Konzeption bis zur Realisierung (bitte chronologisch auflisten und Beteiligte benennen)?

Das BMFSFJ ist Auftraggeber der Kampagne „Mach Karriere als Mensch!“. Die Umsetzung der Kampagne erfolgt durch die Agentur in enger Abstimmung mit dem Auftraggeber. Die Umsetzung der Miniserie „Ehrenpflegas“ von der Drehbucherstellung über die Auswahl der Regisseurin und der Darstellerinnen und Darsteller, die Dreharbeiten bis hin zum finalen Schnitt erfolgte im Auftrag der Agentur durch die Produktionsfirma ab November 2019. Die konkrete Umsetzung mit den Dreharbeiten konnte aufgrund der Corona-Pandemie erst im Sommer 2020 erfolgen und im September 2020 abgeschlossen werden.

13. Welche Interessenverbände und Gruppen aus dem Bereich Pflege bzw. Gesundheitsmanagement waren an diesem Prozess zu welchem Zeitpunkt beteiligt, und falls keine beteiligt waren, warum nicht (bitte chronologisch auflisten)?

Die Elemente der zweiten Kampagnenphase der Kampagne „Mach Karriere als Mensch!“ wurden den Partnern der Ausbildungsoffensive Pflege am 13. Dezember 2019 und am 23. Juni 2020 vorgestellt. Im Nachgang erfolgte die konkrete Umsetzung der Miniserie durch die Produktionsfirma.

14. Wann, durch wen, und in welchen Produktionsphasen war das BMFSFJ über den gesamten Zeitraum hinweg beteiligt (bitte chronologisch auflisten und Beteiligungen konkret ausweisen)?

Es wird auf die Antwort zu Frage 12 verwiesen.

15. Durch wen und auf welcher Entscheidungsgrundlage erfolgte die finale Freigabe im BMFSFJ zur Veröffentlichung von „Ehrenpflegas“ bei YouTube?

Es wird auf die Antwort zu Frage 12 verwiesen.

16. Aufgrund welcher Kriterien bzw. dramaturgischen Überlegungen erfolgte der Cameo-Auftritt der Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend Dr. Franziska Giffey in Folge 5 der Miniserie?

Ein Cameo-Auftritt ist ein Kurzauftritt einer bekannten Persönlichkeit. Ziel eines solchen Auftritts ist es, die filmische Illusion des Zuschauenden für kurze Zeit zu unterbrechen und damit einen Überraschungseffekt zu erzeugen.

17. Aus welchen Gründen wird die Ausbildungsvergütung nach Tarifvertrag für Auszubildende des öffentlichen Dienstes 1 140,69 Euro (brutto) in der Miniserie nie konkret benannt?

Es wird nicht als sinnvoll erachtet, Bestandteile der aktuellen Entgelttabellen des Öffentlichen Dienstes zum Gegenstand einer fiktiven Miniserie für Jugendliche zu machen.

18. Welche konkreten Kosten hat die Miniserie verursacht, und sind die in der Presse kursierenden Summen von 700 000 Euro zutreffend ([https://www.deutschlandfunkkultur.de/videoserie-ehrenpflegas-cool-oder-voll-da-neben.2165.de.html?dram:article\\_id=485686](https://www.deutschlandfunkkultur.de/videoserie-ehrenpflegas-cool-oder-voll-da-neben.2165.de.html?dram:article_id=485686))?

Dem BMFSFJ entstehen gegenüber der mit der Kampagne „Mach Karriere als Mensch!“ beauftragten Agentur für die Miniserie kalkulierte Kosten in Höhe von rund 697.000 Euro (netto).

19. Wie haben sich die Gesamtkosten konkret auf alle Beteiligten des Produktionsprozesses – angefangen bei den Kommunikations- und Marketingunternehmen über das Produktionsstudio bis hin zu den Personen vor und hinter der Kamera – verteilt?

Eine Aufschlüsselung der Kosten ist nicht Gegenstand der vertraglichen Beziehungen zwischen dem BMFSFJ und der Agentur.

20. Warum erfolgten die Konzeption und Produktion allein durch die Constantin Film?

Für die Umsetzung der Kampagne „Mach Karriere als Mensch!“ ist die durch das BMFSFJ beauftragte Agentur zuständig. Für die Umsetzung von Einzelelementen hat die Agentur Dritte beauftragt. Für die Filmproduktion wurde von der Agentur Constantin Entertainment ausgewählt.

21. Ist die Konzeption und Produktion der Miniserie ausgeschrieben worden, und hätte nach Ansicht der Bundesregierung die Produktion entsprechend der Vergabeordnung ausgeschrieben werden müssen, falls nein, bitte begründen?

Die Miniserie ist Bestandteil der Informations- und Öffentlichkeitskampagne „Mach Karriere als Mensch!“. Die Vergabe der Informations- und Öffentlichkeitskampagne zu den neuen Pflegeausbildungen erfolgte im Rahmen eines Verhandlungsverfahrens mit EU-weitem Teilnahmewettbewerb im Jahr 2019. Die Auftragnehmerin kann für die Erbringung der ihr obliegenden Leistungen im eigenen Namen und auf eigene Rechnung Unterverträge mit Dritten schließen.

22. Welche Gründe haben aus Sicht der Bundesregierung für eine Veröffentlichung auf der Plattform YouTube gesprochen, und inwieweit evaluiert die Bundesregierung die Abrufzahlen?

YouTube ist eine bei der Zielgruppe der Kampagne beliebte und häufig genutzte Plattform. Die Aufrufzahlen für die einzelnen Folgen der Miniserie bewegen

sich im siebenstelligen bzw. sechsstelligen Bereich und sind für jeden einsehbar.

23. Welche Auffassung zum Erfolg der Kampagne vertritt die Bundesregierung nach Veröffentlichung der Miniserie sowie der Kritik betroffener Fachverbände?

Das BMFSFJ steht im Rahmen der Ausbildungsinitiative Pflege mit den Partnern der Initiative zur Kampagne „Mach Karriere als Mensch!“ in einem regelmäßigen Austausch. Die hohen Zugriffszahlen auf die Miniserie weisen darauf hin, dass ein großes Interesse an dem Format besteht. Die Ergebnisse einer vom BMFSFJ beauftragten repräsentativen online-Befragung in der Zielgruppe (14-25-Jährige) zeigen, dass die Serie positiv wahrgenommen wird und es der Serie gelingt, junge Menschen für eine Ausbildung in der Pflege zu interessieren und weitergehende Informationsangebote zu nutzen.

24. Inwiefern spiegelt die Miniserie aus Sicht der Bundesregierung die hohen Anforderungen, Belastungen und allgemeinen Bedingungen in der Pflege wider?

Im Rahmen der Kampagne „Mach Karriere als Mensch!“ wurde u. a. die Pflegeportraitserie „Frühspätnachtdienst“ mit fünf Episoden produziert, in der junge Pflegefachkräfte ihre Sichtweise auf die Pflege und ihren Berufsalltag zeigen. Bei der Miniserie „Ehrenpflegas“ handelt es sich um ein fiktives, unterhaltsam gestaltetes und bewusst überspitztes Format. Die verschiedenen Formate sollen eine breite Ansprache der Zielgruppen erreichen. Des Weiteren wird auf die Antworten zu den Fragen 3 und 9 verwiesen.

25. Welche Aspekte der ganzheitlichen Pflegeausbildung und des beruflichen Pflegealltags werden nach Ansicht der Bundesregierung in der Miniserie dargestellt, und inwiefern wird deren jeweilige Darstellung als realistische Alltagsdarstellung eingestuft?

Es wird auf die Antwort zur Frage 3 und 7 verwiesen.

*Vorabfassung - wird durch die lektorierte Version ersetzt.*