

Prepare to care

Kampagne für mehr Unterstützung und Wertschätzung von Young Carern durch ihr direktes Lebensumfeld

*Recherche
Konzeption
Kreation*

#nichtbloßjung
Kampagnenkonzept
von Birte Ossenkop

Bachelorarbeit

Prepare to care

Kampagne für mehr Unterstützung und Wertschätzung
von Young Carern durch ihr direktes Lebensumfeld

Konzeptbuch

eingereicht von
Birte Ossenkop

zur Erlangung des akademischen Grades
Bachelor of Arts (B.A.)

an der Fachhochschule Aachen, Fachbereich Gestaltung

Betreut von:

Erstprüfer: Prof. Dipl.-Kom. Christoph Scheller

Zweitprüferin: Prof. Dr. phil. Sabine Fabo

Einleitung

Vorwort	7
Ziel der Bachelorarbeit	8

Recherche

Begriffserklärung	11
Was Young Carer leisten	13
Situation in Deutschland	14
Folgen der Pflegeverantwortung	16
Bisherige Ansätze zur Unterstützung von Young Carern	28
Öffentlichkeitskampagnen	22
Referenzen aus anderen Ländern	23
Experteninterview	32
Fazit zur Erarbeitung der individuellen Aufgabenstellung	34
Absender	36

Konzeption

Kreativbriefing	55
Aufgabe	55
Zielgruppe	56
Kernbotschaft & Reason Why	60
Tonalität	61
Etat	62
Timing	63
Restriktionen	66

Kreation

Kampagnenidee: Show that you care – Sich als	
Unterstützer:in von Young Carern zu erkennen geben.	68
Kreatividee: Nicht bloß jung.	71
Geplante Maßnahmen	73
Website.	74
Young Supporter Armband	86
Young Supporter Box	88
Social Media Maßnahmen	106
Anzeigen/Ads.	107
Postings des BMFSFJs.	114
Kooperation mit Influencern.	126
Plakate/Citylights	132
Werbepot.	140
PR-Maßnahmen	142
Corporate Design	143
Ausblick	146
Erwartete Resonanz.	147
Fazit	148
Quellenverzeichnis.	150
Abbildungsverzeichnis	154
Anhang	160
Eidesstattliche Erklärung.	168

Vorwort

Das Leben als Teenager ist anstrengend.

Das Leben als Teenager ist anstrengend. Eines Tages wacht man auf, hat plötzlich Pickel, bekommt eine Zahnsperre und beides lässt sich nur schwer kaschieren. Die Hormone spielen verrückt, man verliebt sich zum ersten mal, verkracht sich mit Freunden und am Ende verträgt man sich wieder oder geht für immer getrennte Wege. Wer keine Markenkleidung trägt, gilt womöglich als uncool, genauso wie die Jungs aus der Parallelklasse, die irgendwie keiner leiden kann. Und zu allem Überfluss soll man neben Sportverein und Musikschule auch noch dem Leistungsdruck in der Schule standhalten. Gut, wer da einen starken Familienzusammenhalt hinter sich weiß. Zwar können einem in der Pubertät erfahrungsgemäß auch Eltern und Geschwister den letzten Nerv rauben, jedoch ist man am Ende froh darüber, immer jemanden zu haben, auf den man zählen kann.

Was aber, wenn der Familienzusammenhalt bedroht ist, etwa durch einen Schicksalsschlag? Was, wenn Eltern sich nicht mehr selbst um ihre Kinder kümmern können, weil sie eine schwere Krankheit erlitten hat? Was, wenn beispielsweise das Jugendamt droht einzugreifen und die Familie auseinanderzureißen? Dann werden aus Teenagern völlig unbemerkt und unter Ausschluss der Öffentlichkeit sogenannte Young Carer. Neben all den Hürden, die das Erwachsenwerden mit sich bringt, fangen sie an, die Lücken innerhalb ihres Familienverbundes zu schließen. Sie übernehmen Aufgaben, für die normalerweise ihre Eltern, Großeltern oder gar ein ambulanter Pflegedienst zuständig wären, und das alles aus dem alleinigen Antrieb heraus, die eigene Familie zusammenzuhalten. Diese Teenager leisten ungeheure Arbeit, sowohl psychischer als auch physischer Natur, für die sie häufig viel zu wenig Anerkennung bekommen. Manche halten der Mehrfachbelastung durch Schule, Familie und Privatleben nicht stand und gehen schließlich daran zu Grunde. Soziale Abschottung und Abfall der schulischen Leistung bis hin zum Schul- oder Ausbildungsabbruch sind nur einige der Folgen, die das Dasein als Young Carer mit sich bringen können. Wie kann es sein, dass gerade im deutschsprachigen Raum diese Kinder und Jugendlichen immer noch übersehen werden und somit Hilfe für sie ausbleibt?

Ziel der Bachelorarbeit

Diese Arbeit soll Aufschluss darüber geben, wie eine Kampagne Young Carer in Deutschland langfristig unterstützen kann und welche Maßnahmen dazu ergriffen werden sollten. Der Fokus liegt dabei auf der Realisierbarkeit der erarbeiteten Maßnahmen. Ziel ist es, ein Kampagnenkonzept zu entwickeln, welches die Öffentlichkeit über Young Carer informiert und sie für diese Gruppe sensibilisiert. Auf diese Weise soll zur Enttabuisierung des Themas beigetragen werden, sodass sich Young Carer nicht länger vor der Öffentlichkeit scheuen müssen.

Zu diesem Zweck wird zunächst eine intensive Recherche zur aktuellen Situation von Young Carern in Deutschland durchgeführt. Sie zeigt auf, was die Situation der Young Carer so problematisch macht, in welcher Hinsicht Unterstützungsbedarf besteht und inwiefern eine öffentlichkeitswirksame Kampagne zu einer Verbesserung der Situation beitragen kann. Das in diesem Zuge erarbeitete Kreativbriefing gibt Aufschluss darüber, welche Kriterien diese Kampagne erfüllen sollte, um möglichst zielführend zu sein.

Darauf aufbauend entsteht eine Kreatividee, anhand derer sich allerlei öffentlichkeitswirksame Maßnahmen realisieren lassen. Um diese zu veranschaulichen, werden sie nach Möglichkeit ausgestaltet oder zumindest skizziert, sodass der Stil und die Intention der Kampagne greifbar werden.

Des Weiteren gilt es, unabhängig davon, ob eine tatsächliche Realisierung der Kampagne in Zusammenarbeit mit dem gewählten Absender möglich ist, mit dieser Bachelorarbeit entscheidende Impulse für zukünftige öffentlichkeitswirksame Kampagnen zu setzen. Es wäre wünschenswert, wenn diese Impulse Einfluss auf zukünftige Young Carer betreffende Projekte nähmen.

Recherche

*Was man über Young Carer wissen sollte
und wie ihnen geholfen werden kann*

Begriffserklärung

Ursprünglich stammt der Begriff „Young Carers“ aus Großbritannien, wo in den 90er Jahren erstmals zu diesem Thema geforscht worden ist. Im Deutschen wird er bisher unterschiedlich übersetzt. So findet man in deutschsprachigen Veröffentlichungen häufig die Begriffe „Kinder als Sorgende, Kinder kranker Eltern, Geschwister von Kindern und Jugendlichen mit chronischer Erkrankung,“ o.ä. Häufig wird jedoch auch die englische Terminologie „Young Carers“ verwendet.¹ Als solche kümmern diese sich eigenverantwortlich um ihre Angehörigen, was unterschiedlichste Ausmaße erreichen kann.

Expert:innen sind der Meinung, die aktuell gängigen Übersetzungen des Young-Carer-Begriffs seien jedoch nicht voll zutreffend. „Pflegernde Angehörige“ würden zum einen eher mit Erwachsenen assoziiert, zum anderen würden sich Kinder und Jugendliche mit Pflegeverantwortung nicht als solche identifizieren, weil die Pflege meist etwas alltägliches für sie darstellt. Außerdem berücksichtige die deutsche Terminologie nicht das volle Ausmaß des ursprünglichen englischen Begriffs. „Die englischsprachige Terminologie Young Carers fasst die übernommene Pflege durch Kinder und Jugendliche in einem weiteren Verständnis und bezieht neben medizinisch-therapeutischen Aspekten auch Hilfe bei der Alltagsbewältigung und die zwischenmenschliche Beziehung mit ein.“², so die Expert:innen.

Daher empfehlen sie, auch im Deutschen den Begriff „Young Carers“ zu etablieren und wie folgt zu definieren: „Young Carers sind junge Menschen bis 18 Jahre, die eine Person – oder mehrere –, der sie sich verbunden und/oder verpflichtet fühlen, über längere Zeit und in wesentlichem Ausmaß in der Bewältigung des Alltags unterstützen, sofern diese aufgrund von psychischer und physischer Erkrankung, Beeinträchtigung, Sucht oder altersbedingter Veränderung auf

¹ Frech, Marianne / Nagl-Cupal, Martin / Leu, Agnes / Schulze, Gisela C. / Spittel, Anna-Maria / Kaiser, Steffen: Wer sind Young Carers? Analyse der Begriffsverwendung im deutschsprachigen Raum und Entwicklung einer Definition, Sciendo, 2014, S. 27

² Frech / Nagl-Cupal / Leu / Schulze / Spittel / Kaiser, 2014, S. 27

Unterstützung angewiesen ist. Sie übernehmen dabei ein hohes Maß an Verantwortung, das normalerweise mit Erwachsenen in Verbindung gebracht wird.“³

Der von den Experten empfohlene Begriff findet sich in neueren Veröffentlichungen bereits wieder. Zwar verwenden die Experten im Zuge ihrer Definition den englischen Plural „Carers“, jedoch scheint die eingedeutschte Deklination ebenfalls gängig zu sein, sodass auch der deutsche Plural ohne „s“ im Sinne des Sprachflusses legitim zu sein scheint. Daher soll in dieser Arbeit die deutsche Deklination Verwendung finden.

³ Frech / Nagl-Cupal / Leu / Schulze / Spittel / Kaiser, 2019, S. 28

Was Young Carer leisten

Young Carer gibt es überall auf der Welt. Die Aufgaben, die sie übernehmen, unterscheiden sich länderübergreifend kaum. So ist die Verantwortung, die Young Carer übernehmen, in Europa, sowie bspw. in Australien miteinander vergleichbar.

Meist werden Young Carer in ihre Pflegesituation „hineingeboren“. Nicht selten erkrankt ein Elternteil z.B. an Multipler Sklerose, wenn das Kind noch sehr jung oder noch nicht geboren ist. Mit zunehmendem Alter werden auch die Krankheit und ihre Symptome schlimmer und somit auch der damit verbundene Pflegeaufwand. Bestand die Pflegeverantwortung z.B. für die kleine Sarah aus Shrewsbury anfangs noch darin, den Gehstock ihrer Mutter auseinander zu falten, war sie einige Jahre später bereits für die Medikation und Körperpflege ihrer Mutter sowie für den Haushalt verantwortlich.⁴ Häufig übernehmen Young Carer auch Verantwortung für „gesunde“ Geschwisterkinder, weil ihre Erziehungsberechtigten dazu aus unterschiedlichen Gründen nicht in der Lage sind.

Für Young Carer ist das Übernehmen von Pflegeaufgaben meist etwas ganz alltägliches und normales. So sehen sie häufig keinen Anlass dazu, über ihre Situation zu sprechen, auch wenn diese teilweise belastend für sie ist. Dazu kommt, dass Young Carer und ihre Familien häufig Angst vor dem Eingreifen von Autoritäten in die Familiensituation haben. Das hat zur Folge, dass Young Carer in der Regel im Verborgenen agieren und somit „weder in der Öffentlichkeit, noch von Fachleuten des Bildungs-, Gesundheits- und Sozialwesens wahrgenommen werden.“⁵

4 Holpern, Kate: Life as a Young Carer, in: the Guardian, 2013, [online] <https://www.theguardian.com/society/2013/feb/02/young-carer-teenager-mum-dad> [15.01.2021]

5 Frech / Nagl-Cupal / Leu / Schulze / Spittel / Kaiser, 2019, S. 20

Situation in Deutschland

Laut einer groß angelegten Studie der Universität Witten Herdecke aus dem Jahr 2018, die vom Bundesgesundheitsministerium in Auftrag gegeben worden ist, gibt es in Deutschland rund 480.000 Kinder und Jugendliche mit Pflegeverantwortung⁶, deren Aufgaben zum Teil ein belastendes Ausmaß erreichen. Dabei kümmern sich die Young Carer am häufigsten um ein erkranktes Elternteil oder um ihre Großeltern. Meistens sind es Mädchen, auf die die Pflegeverantwortung fällt. Somit sind Mädchen häufiger Young Carer als Jungen.⁸

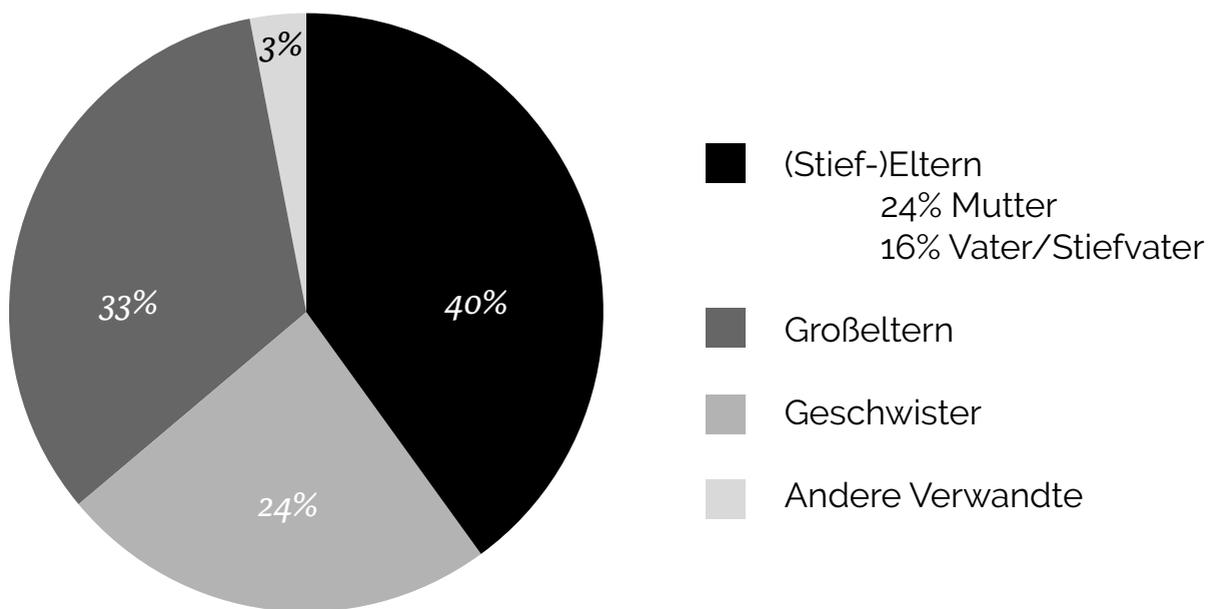


Abb. 01: Adressaten von Hilfe/Pflege durch pflegende Kinder⁷
Quelle: Metzging, 2018, S.48

6 Metzging, Sabine: Die Situation von Kindern und Jugendlichen als pflegende Angehörige, Abschlussbericht, 2018, S. 8

7 Metzging, 2018, S. 48, Abb. 21

8 Metzging, 2018, S. 41

Je nach Krankheitsbild der zu pflegenden Person(en) fallen die Aufgaben der Young Carer sehr unterschiedlich aus. Zu den häufigsten zählen: Haushaltsaufgaben (putzen, Wäsche waschen, einkaufen), Mobilisation (Rollstuhl schieben, die erkrankte Person in das/aus dem Bett heben, Hilfestellungen beim Gehen und Treppen steigen), die Verabreichung von Medikamenten (auch in Form von Spritzen), Hilfe beim An- und Ausziehen von Kleidung, Hilfe bei der Körper- und Intimpflege (waschen, Begleitung zur Toilette), sowie die Zubereitung und Anreichen von Nahrung.⁹ Ab welchem Maß an Hingabe ein helfendes minderjähriges Kind jedoch als Young Carer anzusehen ist, wird bisher nicht definiert. Es „existiert für den deutschsprachigen Raum keine einheitliche Methode, um festzustellen, ab welchem Ausmaß an Verantwortung und/oder übernommenen Tätigkeiten von einem Young Carer gesprochen werden kann.“¹⁰ In der vorliegenden Studie der Universität Witten Herdecke werden daher schlichtweg diejenigen als Young Carer bezeichnet, die mind. zwei der genannten Aufgaben regelmäßig eigenständig übernehmen.

So können bspw. Minderjährige auch Young Carer sein, die kein körperlich oder psychisch erkranktes Familienmitglied umsorgen, sondern bspw. dem alleinerziehenden Elternteil Aufgaben abnehmen, indem Geschwisterkinder umsorgt werden.

⁹ Metzging, 2018, S. 42

¹⁰ Frech / Nagl-Cupal / Leu / Schulze / Spittel / Kaiser, 2019, S. 28

Folgen der Pflegeverantwortung

Dass diese Form der Pflegeverantwortung nicht spurlos an den Betroffenen vorbei geht, ist naheliegend. So lassen sich je nach Situation daraus sowohl negative als auch positive Folgen für Young Carer ablesen. Es zeichnen sich Young Carer bspw. vermehrt durch Empathiefähigkeit, Sozialkompetenz und Verantwortungsbewusstsein aus, was durchaus positiv hervorzuhebende Kompetenzen sind.¹¹ Dies lässt sich vor allem beobachten, wenn die Pflege der Angehörigen von den Young Carern nicht als Überforderung bzw. Beeinträchtigung wahrgenommen wird. Laut Report des Zentrums für Qualität in der Pflege aus dem Jahr 2017 trifft dies auf 48% der Young Carer zu. Allerdings empfinden die Mehrheit von 52% die Pflegesituation als belastend.¹² Da die Pflege der Angehörigen außerdem viel Zeit in Anspruch nimmt, fehlen den Young Carern häufig zeitliche Ressourcen, um Aktivitäten mit ihren Freunden wahrnehmen zu können, was wiederum zu sozialer Isolation führt.¹³

Aus den gleichen Gründen leidet häufig auch ihre schulische Leistung. Es fehlt schlichtweg die Zeit, aber auch die nötige Konzentration, um bspw. Hausaufgaben zu erledigen oder dem Unterricht aufmerksam folgen zu können. Manche Young Carer bleiben aufgrund ihrer Pflegeaufgaben teilweise sogar ganz dem Unterricht fern. Außerdem berichten Betroffene davon, wegen ihrer Situation in der Schule gemobbt bzw. ausgegrenzt zu werden.¹⁴ Zum Beispiel wird es häufig von Mitschülern als unfair empfunden, wenn ein Young Carer

11 Vgl. Nagl-Cupal, M. / Daniel, M. / Kainbacher, M. / Koller, M. & Mayer, H.: Kinder und Jugendliche als pflegende Angehörige: Einblick in die Situation Betroffener und Möglichkeiten der Unterstützung, ÖGB-Verl., 2015, S. 188 ff.

12 Vgl. Lux, Katharina / Eggert, Simon: Erfahrungen von Jugendlichen mit Pflegebedürftigkeit in der Familie, Zentrum für Qualität in der Pflege, 2017, S. 22

13 Vgl. Ireland, M. & Pakenham, K., Youth adjustment to parental illness or disability: The role of illness characteristics, caregiving, and attachment, *Psychology, Health & Medicine*, 2010, S. 632-645.

14 Vgl. Dam, K & Hall, E, Navigating in an unpredictable daily life: a metasynthesis on children's experiences living with a parent with severe mental illness, *Scandinavian Journal of sciences*, 2016, S. 442-453

in der Schule bevorzugt behandelt wird, etwa wenn ihm eine Lehrkraft nachsieht, keine Hausaufgaben gemacht zu haben. Gleichzeitig gibt es auch Lehrkräfte, die mit dem Phänomen der Young Carer nicht oder zu wenig vertraut sind und den Betroffenen renitentes Verhalten vorwerfen, wenn sie eine Leistung nicht erbringen. Diese Sicht auf Young Carer seitens der Lehrkräfte überträgt sich auch auf Mitschüler:innen von Young Carern, wodurch sie noch stärker ausgegrenzt werden.¹⁵

Das Unverständnis des sozialen Umfeldes für die Situation der Young Carer ist maßgebend dafür, dass die Betroffenen sich niemandem anvertrauen. Die meisten „fürchten sich vor Ausgrenzung und Stigmatisierung“.¹⁶ Je größer die Pflegeverantwortung der Young Carer ist, desto größer ist meist auch die Angst vor Eingreifen von Autoritäten, bspw. durch das Jugendamt, was das Auseinanderreißen der Familie zur Folge haben könnte.¹⁷

Young Carer haben also häufig ein verstärktes Interesse daran, von ihrem Umfeld unerkannt zu bleiben, da sie bisher schlechte Erfahrungen damit gemacht haben, mit ihrer Situation offen umzugehen. Das wiederum hat zur Folge, dass der Bedarf der betroffenen Familien nach Entlastung und Hilfeleistungen ebenfalls unerkannt bleibt.

Betroffene Kinder und Jugendliche würden laut Expertinnen und Experten oftmals erst erkannt, „wenn die häusliche Situation zu eskalieren droht oder gar erst, wenn ein Elternteil verstorben ist.“¹⁸

¹⁵ Vgl. Deutschland3000, Pflege von Angehörigen: Wenn der Alltag zur Belastung wird, 2020, [YouTube] https://www.youtube.com/watch?v=_UaVZQxO2BU, 01:32 – 01:50

¹⁶ Metzinger, 2018, S. 9

¹⁷ Vgl. Metzinger, 2018, S.9

¹⁸ Metzinger, 2018, S. 75

Bisherige Ansätze zur Unterstützung von Young Carern

Es gibt bereits eine Vielzahl von Ansätzen, die die Entlastung von Young Carern und deren Familien zum Ziel haben. Wesentliche Anhaltspunkte sind hierbei die Schulung von Fachpersonal, die Schaffung von Anlaufstellen, sowie die Öffentlichkeitsarbeit. Zwar gibt es ambulante Pflegedienste, die, je nach Pflegegrad der Patienten, regelmäßig zu betroffenen Familien nach Hause kommen. Allerdings liege deren Fokus immer auf der zu pflegenden Person und nicht etwa auf dem „umgebenden familialen System“. Zudem nähmen viele Familien das Angebot der ambulanten Pflegedienste nicht wahr.¹⁹

Im Zeitraum 2016 – 2018, also zeitgleich mit, jedoch unabhängig von der Studie der Universität Witten Herdecke, sind im Rahmen des „Erasmus+“-Projektes „Empowering Professionals to support Young Carers“ (EPYC) bereits Maßnahmen erarbeitet worden, die dazu beitragen sollen, Fachkräften die Identifizierung von Kindern und Jugendlichen mit Pflegeverantwortung zu ermöglichen.²⁰

Die Ergebnisse des Projektes finden sich in zahlreichen Ratgebern zum Thema „Kinder und Jugendliche mit Pflegeverantwortung“ wieder, z. B. im Handbuch „Wenn Jugendliche sich um kranke Angehörige kümmern“ des Diakonischen Werkes Berlin Stadtmitte e. V.. Dieses richtet sich in erster Linie an Fachpersonal, ist jedoch auch für den Laien verständlich.²¹ Diese Maßnahmen scheinen bereits erste Wirkungen zu zeigen. So beteuert die Landesregierung NRW in einem Brief des Landtages aus dem Jahr 2019, eine stichprobenartige Befragung habe ergeben, dass sich Beratungslehrkräfte aufgrund ihrer Qualifizierung für die Unterstützung im Bereich „Young Carer“ als gut gewappnet sähen.²² Ob allerdings ambulante Pflegekräfte ebenfalls stärker sensibilisiert sind, geht daraus nicht hervor.

¹⁹ Metzging, 2018, S. 147

²⁰ Vgl. EPYC c/o Pflege in Not, Flyer: Wer sind junge Pflegenden?, 2016, [online] http://www.ep-yc.org/wp-content/uploads/2016/09/EPYC_Flyer_druckfreigabe_6-Dez2016.pdf (16.01.2021)

²¹ Vgl. Salzmann, B. / Kliem, A. / Ehmke, J., Ratgeber: Wenn Jugendliche sich um kranke Angehörige kümmern: Handbuch für Fachkräfte, Berlin: Pflege in Not, 2019

²² Vgl. Alexander Langguth, Antwort der Landesregierung auf die Kleine Anfrage 2409 vom 2. Mai 2019, 2019, S. 3

Die Ausbildung und Sensibilisierung von Fachkräften ist Voraussetzung für die erfolgreiche Entstehung von Anlaufstellen für Betroffene. Nur so kann eine zielgerichtete Hilfeleistung sichergestellt werden. Vertrauen sich Young Carer einer Fachkraft an, muss diese schließlich wissen, wie sie auf die jeweilige Person reagieren muss.

Laut dem auf dem EPYC-Projekt aufbauenden Ratgeber der Berliner Diakonie gibt es seitens der Fachkräfte sechs unterschiedliche Möglichkeiten, Young Carer zu unterstützen: Sich selbst ausführlich über die Situation betroffener Jugendliche zu informieren, ihr Wissen darüber an Kolleg:innen, Vorgesetzte und Netzwerkpartner:innen weiterzugeben, Betroffene zu identifizieren und Zugang zu ihnen zu finden, ihnen zuzuhören, sie ggf. an unterstützende Institutionen weiterzuleiten oder aber einfach einen „respektvolle[n] und achtsame[n] Umgang“ mit ihnen zu pflegen.²³

Trotz der Ausbildung und Sensibilisierung von Fachpersonal, scheinen konkrete Anlaufstellen für Young Carer in Deutschland jedoch nach wie vor rar gesät zu sein. Es bleibe „eher dem Zufall des Wohnortes überlassen, ob Kinder und Jugendliche in ihrem Lebensumfeld Anlaufstellen finden.“²⁴

Mittlerweile haben sich einige wenige Hilfsorganisationen, sowie eine Initiative der Bundesregierung etablieren können, die unter anderem als Informationsquellen für Fachkräfte sowie Online-Beratungsstellen fungieren. Hier wird dem starken Bedürfnis der Betroffenen nachgekommen, „jemanden zum Reden“²⁵ zu haben. So kooperiert bspw. die Initiative „Pausentaste“ des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugendliche (BMFSFJ) mit der Online-Beratung der Nummer gegen Kummer, sowie mit dem Kinder- und Jugendtelefon.

²³ Vgl. Salzmann, Kliem & Ehmke, 2019, S. 25 – 27

²⁴ Metzinger, 2018, S. 67

²⁵ Metzinger, 2018, S. 84

Die Initiative solle Young Carern dabei helfen, „Pausen einzulegen, zu reflektieren und Hilfsangebote wahrzunehmen oder über die eigene Situation zu sprechen“.²⁶ Sie verspricht dabei, für Young Carer da zu sein und zuzuhören, wenn diese sich allein mit ihren Problemen fühlen.²⁷ Die Initiative „Echt Unersetzlich“ der Berliner Diakonie bietet außerdem eine Mailberatung an.²⁸

Die wenigen existierenden Organisationen setzen sich auch für Öffentlichkeitsarbeit ein, um das häufig geforderte gesellschaftliche Bewusstsein für Young Carer zu stärken. So sind bereits Interviews mit Young-Helping-Hands-Gründerin Julika Stich in Fach-Magazinen, Podcasts und in Talkshows erschienen.²⁹ Außerdem gibt es einige wenige Dokumentations- und Kurzfilme, die das Thema Young Carer beleuchten. Zusätzlich stellt fast jede Hilfsorganisation kostenloses Informationsmaterial auf ihren Websites zur freien Verfügung, darunter Flyer, Plakate und Schulmaterialien, die selbst heruntergeladen und bei Bedarf ausgedruckt werden können. Auch in den sozialen Medien gibt es bereits ein paar wenige Beiträge zum Thema Young Carer, mit dem Ziel, die Öffentlichkeit auf das Thema aufmerksam zu machen. Von der Sensibilisierung der Öffentlichkeit erhofft man sich in Fachkreisen eine „Enttabuisierung“ des Themas sowie ein emphatisches „Helfersystem“, „um Warnsignale frühzeitig zu erkennen und darauf reagieren zu können.“³⁰ Manche Hilfsorganisationen, z. B. Young Helping Hands, haben sich zusätzlich zum Ziel gesetzt, eine Lobby für Young Carer zu schaffen.³¹

26 Vgl. BMFSFJ, Beratung für pflegende Kinder und Jugendliche - jetzt auch per Chat, in: bmfsfj.de, 29.10.2019, [online] <http://www.bmfsfj.de/bmfsfj/aktuelles/alle-meldungen/beratung-fuer-pflegende-kinder-und-jugendliche---jetzt-auch-per-chat/140494>, [15.01.2021]

27 Vgl. BMFSFJ, pausentaste.de: Hilfe, [online] <https://www.pausentaste.de/hilfe/> [15.01.2021]

28 Vgl. Echt Unersetzlich, E-Mailberatung, [online] https://echt-unersetzlich.beranet.info/e-mailberatung.html?no_cache=1 [15.01.2021]

29 Vgl. Young Helping Hands, young-helping-hands.de: Wir in den Medien, [online] <https://young-helping-hands.de/wir-in-den-medien/> [15.01.2021]

30 Metzger, 2018, S. 91

31 Vgl. Young Helping Hands, young-helping-hands.de: Werte und Visionen, [online] <https://young-helping-hands.de/werte-und-vision/> [15.01.2021]

Initiativen, die Young Carer unterstützen:



Young Helping Hands

Abb. 02: Logo
Quelle: younghelpinghands.de



Echt Unersetzlich

Abb. 03: Logo
Quelle: echt-unersetzlich.de



Pausentaste

Abb. 04: Logo
Quelle: pausentaste.de



Young Carer Hilfe

Abb. 05: Logo
Quelle: Youngcarer-Hilfe.de

Öffentlichkeitskampagnen

Trotz der Bemühungen der Hilfsorganisationen, fehle laut der Studie der Universität Witten Herdecke jedoch „nach wie vor ein gesellschaftliches Bewusstsein für [das] Phänomen [der Young Carer].“³² Daher wird insbesondere empfohlen „Öffentlichkeitskampagnen und Weiterbildungsangebote für alle beteiligten Berufsgruppen (z. B. in Kindergärten, Schulen, Jugendämtern, Einrichtungen der Jugendhilfe sowie für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Gesundheitswesens)“ und Kampagnen im „Lebensumfeld von Familien“ zu entwickeln, um Young Carer besser identifizieren und unterstützen zu können.³³

Wie bereits erwähnt, hat die geforderte Weiterbildung der beteiligten Berufsgruppen seit Veröffentlichung der Studie schon begonnen und erste positive Ergebnisse erzielt. Daher soll nun das Augenmerk auf Kampagnen im Lebensumfeld von Young Carern gelegt werden.

³² Metzing, 2018, S. 75

³³ Metzing, 2018, S. 150

Referenzen aus anderen Ländern

Während die Forderungen nach Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland noch groß sind, ist das Phänomen der „Young Carer“ in anderen Ländern bereits etablierter. So kann Großbritannien als Vorreiter sowohl in der Forschung, wie auch in der Öffentlichkeitsarbeit und Unterstützung von Young Carern betrachtet werden. Zum Beispiel ist dort seit 2014 der „Children and Families Act“ gesetzlich verankert, wodurch speziell Young Carer und ihre Familien unterstützt werden.³⁴

Großbritannien:

Die wohl einflussreichste Hilfsorganisation Großbritanniens im Bereich Pflege ist vermutlich „Carers Trust“. Sie unterstützt in erster Linie alle unbezahlten Pflegekräfte, meist pflegende Angehörige, und sorgt in der Öffentlichkeit für mehr Bewusstsein für diese Gruppe. Darunter fallen auch Young Carer. So veranstaltet Carers Trust jährlich den sog. „Young Carers Awareness Day“, der vor allem in den sozialen Medien viel Aufmerksamkeit erfährt. Jedes Jahr wird unter einem anderen Hashtag ein Aspekt des Young-Carer-Daseins beleuchtet, der nach Auffassung der Organisation verbesserungswürdig ist.³⁵

Im Jahr 2020 fand deshalb der Young Carers Awareness Day unter dem Hashtag „#CountMeIn“ statt. Dieser richtete sich vor allem an das britische Schulsystem und forderte dazu auf, dieses noch mehr in die Verantwortung zu nehmen, um Young Carer zu identifizieren und ihre Unterstützung sicher zu stellen. Dazu wurden Statements von namhaften britischen Politikern veröffentlicht, die den Young Carern für ihre Leistungen dankten. Gleichzeitig rief Carers Trust seine Mitglieder, Unterstützer:innen und Partnerorganisationen dazu auf, unter dem Hashtag #YoungCarersAwarenessDay und #CountMeIn in den sozialen Medien aktiv zu sein. Dazu stellten sie Assets bereit,

³⁴ Vgl. social care institute for excellence, Transition in the Care Act 2014 and the Children and Families Act 2014, 2014 [online] <https://www.scie.org.uk/care-act-2014/transition-from-childhood-to-adulthood/adult-carer-transition-in-practice/> [15.01.2020]

³⁵ Vgl. Carers Trust, in: carers.org: Together, we're making life better for every unpaid carer in the UK, [online] <https://carers.org/> [15.01.2021]

die jeder downloaden und posten konnte.³⁶ Viele Nutzer kreierten auch eigene Beiträge.



Abb. 06: Tweet einer walisischen Politikerin anlässlich des Young Carers Awareness Day 2020
Sie verwendet eines der von Carers Trust bereitgestellten Assets
Quelle: twitter.com

³⁶ Vgl. Carers Trust, in: carers.org: Making an impact on Young Carers Awareness Day 2020, [online] <https://carers.org/young-carers-awareness-day/making-an-impact-on-young-carers-awareness-day-2020> [15.01.2021]

Die Kampagne konnte große Erfolge verzeichnen und schaffte es sogar in die Twitter-Trends, was ihr noch mehr Aufmerksamkeit bescherte. Außerdem wurde in mehreren (Fach-)Artikeln über die Kampagne berichtet.

Schaut man sich genauer an, wer sich an der Kampagne beteiligt hat, fällt auf, dass Posts zum Thema hauptsächlich von Fachkräften, Politiker:innen und Hilfsorganisationen stammen, und nur selten von Young Carern selbst.³⁷ Dies liegt vermutlich daran, dass Minderjährige generell wenig auf Twitter aktiv sind, jedoch geht es auch einher mit der Erfahrung, dass Young Carer selber mit ihren Sorgen nicht an die Öffentlichkeit treten.

Im Jahr 2021 wird Carers Trust anstelle des Young Carer Awareness Days erstmalig den „Young Carers Action Day“ veranstalten. Das rührt daher, dass in Großbritannien mittlerweile genug Bewusstsein („Awareness“) für Young Carer zu bestehen scheint, sodass die sensibilisierte Gesellschaft nun auch zum aktiven Handeln („Action“) aufgefordert werden soll.³⁸

37 Vgl. Twitter-User, in: twitter.com: Tweets unter dem Hashtag #youngcarersawarenessday, [online] https://twitter.com/search?q=%23youngcarersawarenessday&src=typed_query [15.01.2021]

38 Vgl. Carers Trust: in: carers.org: Young Carers Action Day 2021, [online] <https://carers.org/young-carers-awareness-day/young-carers-action-day-2021> [15.01.2021]

Australien:

Ein ähnlicher Stand der Sensibilisierung zeichnet sich auch in Australien ab. Dort gibt es bspw. die sog. „The Carers Foundation“, welche, ähnlich wie Carers Trust in Großbritannien, vor allem unbezahlte pflegende Angehörige und somit auch Young Carer unterstützt.³⁹

Unter dem Motto „who cares?“ launchte The Carers Foundation im Jahr 2020 eine Kampagne, die die australische Gesellschaft für die Pflegenden sensibilisieren und auf die Hilfsorganisation aufmerksam machen sollte. Gerade in Zeiten von Covid-19 habe sich gezeigt, wie wichtig Pflegepersonal sei. Die Organisation wolle nun darauf aufmerksam machen, dass es nicht nur bezahlte Pflegende gibt, die sich diesen Beruf ausgesucht haben, sondern auch unfreiwillige unbezahlte Helfer:innen. Im Zuge der Kampagne bittet die Organisation darum, sich ein „Who cares?“-T-Shirt zu kaufen und an der „I care – do you?“-Challenge in den sozialen Medien teilzunehmen. Die Aufgabe bestehe darin, ein Bild mit dem T-Shirt und einem von der Organisation vorgegeben Text zu posten, sowie drei Freunde zu verlinken. Ein T-Shirt koste dabei 30AUD und kann auf thecarersfoundation.org gekauft werden. Die Einnahmen kommen der Hilfsorganisation zu Gute.⁴⁰

An der Kampagne beteiligen sich vor allem mehrere australische Politiker:innen, Sportler:innen und andere Personen des öffentlichen Lebens. Sie teilen die Beiträge auf Instagram.⁴¹ Ob sie sich die T-Shirts selbst gekauft haben oder die Organisation sie ihnen bereitgestellt hat, ist nicht bekannt. So oder so ist davon auszugehen, dass die Prominenten mit ihren Posts viel Aufmerksamkeit für die Organisation und Young Carer generiert haben.

39 Vgl. The Carers Foundation, in: [thecarersfoundation.org](https://www.thecarersfoundation.org/): WE CARE FOR CARERS, [online] <https://www.thecarersfoundation.org/> [16.01.2021]

40 Vgl. The Carers Foundation, in: Do you care?, [online] <https://www.thecarersfoundation.org/who-cares-campaign/> [16.01.2021]

41 Vgl. The Carers Foundation, [online] <https://www.thecarersfoundation.org/whos-joined/> [16.01.2021]



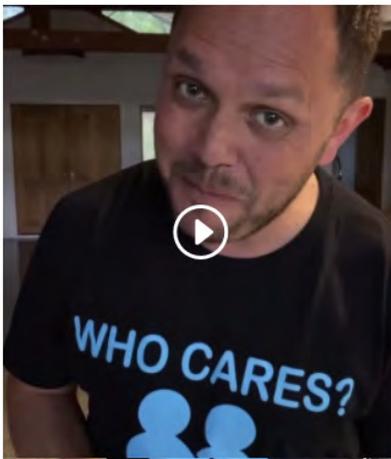
Brisbane Lord Mayor - Adrian Schrinner



Nina Schrinner- Brisbane Lady Mayoress



Hugh Sheridan - Australian Actor/Entertainer



Alastair McLeod - Celebrity Chef



Peter Dutton - Minister for Home Affairs



Erin Molan- Channel 9 sports presenter



Abb. 07: Screenshot:
Ausschnitt aus der Auflistung der Teilnehmer:innen an der Kampagne
„who cares?“, 2020

Quelle: thecarersfoundation.org

Österreich:

Auch in Österreich findet seit einigen Jahren vermehrt eine Sensibilisierung der Bevölkerung für das Thema Young Carer statt. Es findet außerdem Einzug in politische Programme. So führten im Jahr 2017 die Johanniter Österreich die Kampagne „Eltern pflegen ist kein Kinderspiel!“ durch. Neben Plakaten, Tv- und Kinospots wurden Aktionen in Schulen durchgeführt, „die das Pflegephänomen ‚besprechbar‘ machen“ sollten.⁴² Zwar hätten sich Young Carer laut Erfahrungsbericht zumindest in den Plakatmotiven nicht wiedererkannt,⁴³ dennoch seien die Zugriffe auf die Homepage superhands.at, sowie auf die dazugehörige Facebookseite im Sendezeitraum der Kampagne merklich gestiegen, was durchaus positiv zu bewerten ist.⁴⁴



Abb. 08: Werbespot „Eltern pflegen ist kein Kinderspiel“

Quelle: Johanniter-Unfall-Hilfe in Österreich, youtube.com

42 Vgl. Metzinger, 2018, S. 66

43 Vgl. Metzinger, 2018 S. 129

44 Vgl. Desbalmes, C. / Schneider, B. & Gottwald, A., Jahresbericht 2017, Johanniter NÖ-Wien Gesundheits- und soziale Dienste mildtätige GmbH, 2017, S. 17

Allerdings habe man auch hier die Erfahrung gemacht, dass es im Zuge von begleitender Medienarbeit schwierig gewesen sei, Young Carer als Interviewpartner zu gewinnen. So agierten hauptsächlich ehemalige und heute erwachsene Young Carer als Testimonials. ⁴⁵



Abb. 09: Plakat „Eltern Pflegen ist kein Kinderspiel!“

Quelle: Superhands Österreich

⁴⁵ Vgl. Desbalmes / Schneider & Gottwald, 2017, S. 12

Deutschland:

Die Erfahrungen aus Großbritannien, Australien und Österreich zeigen, dass öffentlichkeitswirksame Kampagnen maßgeblich zur Sensibilisierung der Bevölkerung für Young Carer beitragen. Nicht zuletzt deswegen sind die Forderungen der Universität Witten Herdecke nach mehr Öffentlichkeitsarbeit nachvollziehbar. Umso verwunderlicher ist es, dass es auch zwei Jahre nach Veröffentlichung der Studie in Deutschland noch keine großangelegte Kampagne zu Unterstützung von Young Carern gegeben hat.

Zwar gibt es auch in Deutschland mittlerweile einen Ableger der österreichischen Superhands, eine vergleichbare bundesweite Kampagne bleibt allerdings bisher aus. Eine Anfrage per E-Mail an die Kontaktstelle von Johanniter-Superhands.de im September 2020, ob es dahingehend aktuelle Planungen gebe, bleibt unbeantwortet.

Weder Pausentaste, noch Echt Unersetzlich, noch die Young Carer Hilfe, noch Young Helping Hands haben bisher eine bundesweite Kampagne zur Sensibilisierung der Bevölkerung in Angriff genommen. Die Gründe hierfür sind nicht ohne Weiteres ersichtlich. Allerdings ist es wahrscheinlich, dass bei den meisten Organisationen interne Strukturen und das Budget für die Entwicklung und Durchführung einer Kampagne fehlen.

Es hat in Deutschland bisher lediglich vereinzelte Maßnahmen wie Interviews und öffentliche Auftritte der jeweiligen Vertreter:innen oder kurze Beiträge von Influencern in den sozialen Medien gegeben, die das Phänomen Young Carer thematisieren. Hier besteht daher Handlungsbedarf.

Beispiele für bisherige Maßnahmen in Deutschland



2 SCHÜLER PRO KLASSE KÜMMERN SICH UM EIN KRANKES FAMILIENMITGLIED

Wenn ein Familienmitglied eine schwere Krankheit oder Behinderung hat, wirkt sich das auch auf die Kinder und Jugendlichen aus. Die Krankheit verändert den Alltag und die Zukunftspläne. Familien investieren viel Kraft und Zeit, damit ein möglichst normales Leben möglich ist. Fehlen ausreichend helfende Hände, übernehmen Kinder und Jugendliche oft altersunangemessene Aufgaben und Verantwortung. Dies kann zu Problemen führen, die sich bis in das Erwachsenenalter auswirken.

MÖGLICHE AUSWIRKUNGEN:

- **Gesundheit:** körperliche Beschwerden und hohe psychische Belastungen
- **Bildung:** schlechtere Chancen durch weniger Zeit zum Lernen, Fehlzeiten, Konzentrationsproblemen im Unterricht bis hin zu Schulabbruch
- **Sozialleben:** Rückzug und Abgrenzung von Gleichaltrigen, wenig soziale Teilhabe
- **Familie:** teilweise Umkehr der Eltern- Kind- Rollen, Konflikte, aber auch engere Familienbindung
- **Persönlichkeit:** besonderes Maß an Empathie, hohe soziale Kompetenz, organisatorische Kompetenz und medizinisches Wissen, Verantwortungsbewusstsein, altersuntypische Reife

UNTERSTÜTZUNGSMÖGLICHKEITEN:

1. **Sich informieren:** Hintergrundwissen zur Lebenssituation dieser jungen Menschen gibt es auf www.echt-unersetzlich.de
2. **Erkennen:** Betroffene verstecken ihre Situation meist vor Außenstehenden. Sei es aus Scham oder weil sie ihre Aufgaben nicht als etwas Besonderes wahrnehmen. Es ist wichtig, sensibel und aufmerksam die Anzeichen einer familiären Pflegesituation wahrzunehmen.
3. **Zuhören:** Ein offenes Ohr anbieten und zuhören. Betroffene wünschen sich jemanden zum Reden, der sie versteht und nicht urteilt.
4. **Vermitteln:** Den Weg ebnen für weiterführende Hilfen, welche die ganze Familie im Blick haben. Pflege sollte keine Aufgabe für Kinder und Jugendliche sein. Es ist wichtig, dass die Familie Unterstützungsmöglichkeiten kennt.

Basis für Unterstützung ist eine aufmerksame, wertschätzende Haltung.

Onlineberatung und Informationen für Jugendliche, junge Erwachsene und Fachkräfte: WWW.ECHT-UNERSETZLICH.DE

Gefördert durch

Abb. 10: kostenlose Druckdatei

Plakat über Kinder und Jugendliche mit Pflegeverantwortung

Quelle: echt-unersetzlich.de

Abb. 11: Screenshot : IGTV-Beitrag von @Fabiangriskykat, 2020
 Bezahlte Partnerschaft mit BMFSFJ, Video [5:14 min],
 16,2 Tsd. Aufrufe [16.01.2021]

Bildquelle: Instagram.com/Fabiangriskykat
 Mock-Up: freepik.com

Experteninterview:

Aufschluss darüber, inwiefern eine Kampagne in Deutschland sinnvoll wäre und was diese kommunizieren müsste, soll ein Interview mit der Expertin Janine Adomeit geben. Sie hat in ihrer Jugend ihre an Multipler Sklerose erkrankte Mutter gepflegt, ist ehrenamtliche Mitarbeiterin bei Young Helping Hands und hauptberuflich als Konzeptionerin/Texterin bei einer Werbeagentur tätig.

In dem am 03. September 2020 geführten und aufgezeichneten Interview (siehe Anhang 1) berichtet Frau Adomeit, was ihr in ihrer Jugend als Young Carer geholfen hätte, worin Schwierigkeiten bestanden und inwiefern sie das deutsche Gesundheitssystem in der Verantwortung sieht, Young Carer zu unterstützen.

Laut Adomeit sei eine öffentlichkeitswirksame Kampagne im Lebensumfeld der Young Carer unabdingbar für deren Unterstützung. Vor allem habe es ihr in ihrer Jugend schwer zugesetzt, dass sie ihre Situation, also das Dasein als Young Carer, nicht habe benennen können, da der Begriff „Young Carer“ in ihrer Jugend (90er Jahre) noch nicht etabliert war. Außerdem habe es zu der Zeit noch keine Unterstützungsangebote gegeben. Des weiteren hätte sie sich eine Identifikationsfigur, bspw. einen Influencer/YouTuber gewünscht, welcher sich selber als Young Carer „outet“.

Darüber hinaus bestätigt sie, dass es schwierig gewesen sei, sich ihren Freund:innen anzuvertrauen. Versuchte sie es, stieß sie auf Unverständnis. Auch deshalb wünsche sie sich, sie hätte mehr Selbstbewusstsein zeigen können, um sich für sich selbst stark zu machen. Die Sensibilisierung von Freunden und Bekannten so wie die Stärkung des Selbstbewusstseins von Young Carern könnten also Ansätze für eine öffentlichkeitswirksame Kampagne sein.

Sie betont außerdem, dass das Gesundheitssystem in Deutschland die jungen Pflegenden zu übersehen scheine. Der Fokus liege in der Pflege immer in erster Linie auf dem Wohlergehen der zu Pflegenden, nicht aber auf den Angehörigen. Nicht zuletzt dieses Übersehen führe zu Chancenungleichheit bei den Young Carern, denn wer in Deutschland aufgrund seiner pflegenden Tätigkeit der körperlichen und emotionalen Belastung nicht standhalten und seiner (schulischen) Ausbildung nicht nachkommen könne, werde vom Staat nicht angemessen aufgefangen. Dort müsse es also eine Reform geben.⁴⁶

⁴⁶ Vgl. Adomeit, Janine: persönliches Interview, 03.09.2020, siehe Anhang 1

Fazit zur Erarbeitung einer individuellen Aufgabenstellung

Aus den Ergebnissen der Studie der Universität Witten Herdecke, sowie aus den Erfahrungen aus anderen Ländern und den Aussagen Janine Adomeits lässt sich eine mögliche Aufgabenstellung für den konzeptionellen Teil dieser Arbeit ableiten.

Young Carer sollten keine Angst mehr davor haben müssen, sich bei Problemen ihrem Umfeld anzuvertrauen. Außerdem sollten sie dazu motiviert werden, offen stolz auf sich und ihre Leistungen zu sein und dazu angehalten werden, bei Bedarf Hilfe in Anspruch zu nehmen. Um das zu ermöglichen, ist eine Sensibilisierung des Lebensumfeldes der Young Carer unabdingbar. Denn bisherige Erfahrungen haben gezeigt, dass Young Carer auch trotz Aufforderung aus Angst vor Stigmatisierung nicht an die Öffentlichkeit treten. Doch nur, wenn Young Carer von ihrem Umfeld als solche identifiziert werden, kann ihnen geholfen werden. Damit diese Hilfe gelingt, muss das Umfeld dazu befähigt werden, Young Carer zu identifizieren und entsprechende Hilfestellungen zu bieten.

Zudem darf ein selbstbewusstes Auftreten von Young Carern nicht zu deren Ausgrenzung führen. In erster Instanz muss also Wissen über Young Carer an ihr Lebensumfeld herangetragen und für Verständnis für diese Gruppe gesorgt werden. Dann erst kann Young Carern ein offener Umgang mit ihrer Situation nahegelegt werden, denn nur dann können sie dem Risiko entgehen, wegen ihrer Situation missverstanden und ausgegrenzt zu werden.

Vor dem Hintergrund, dass das Lebensumfeld von Young Carern größtenteils aus ihrem schulischen Umfeld besteht, ist es naheliegend, den Fokus der Kampagne auf dessen Sensibilisierung zu legen. Da es bereits Bemühungen gibt, das Fachpersonal unter anderem durch das bereits erwähnte Erasmus+ Projekt EPYC auf Young Carer

aufmerksam zu machen und dies bereits erste Erfolge erzielt zu haben scheint, gilt es jetzt, die dort vermittelten Kompetenzen auf Mitschüler:innen von Young Carern auszuweiten. Zwar scheint es langfristig sinnvoll, das deutsche Gesundheitssystem stärker auf Young Carer auszulegen, damit es gar nicht erst zu einer so hohen Belastung der Betroffenen kommt, jedoch ist es bis dahin ebenso wichtig, ihnen auch anderweitig Unterstützung zukommen zu lassen.

Es soll eine Lösung angestrebt werden, die sowohl das Umfeld der Young Carer sensibilisiert, als auch die Angebote an Anlaufstellen und Ansprechpartner:innen für Young Carer erweitert, sodass ihnen so lange ein Helfersystem gewährleistet werden kann, bis tatsächlich strukturelle Veränderungen auf politischer Ebene erwirkt werden können.

Dabei ist zu beachten, dass im Zuge der Kampagne der Begriff „Young Carer“ etabliert werden muss, denn er bietet den Betroffenen erstmalig die Möglichkeit, ihre Situation benennen zu können.

Deshalb sollte es das erklärte Ziel sein, eine Kampagne zum Thema Young Carer zu entwickeln, die das Lebensumfeld der Young Carer, sowie Young Carer selbst über die Leistungen dieser Gruppe aufklärt und zu ihrer Wertschätzung und Unterstützung beiträgt. Mit dem Lebensumfeld von Young Carern sind vor allem die Peer-Groups, insbesondere Gleichaltrige und Schulkamerad:innen gemeint, da Young Carer mit ihnen einen Großteil ihrer Zeit verbringen. Schafft man hier Verständnis und Wertschätzung, senkt das die Hemmschwelle für die Betroffenen, sich einer Vertrauensperson zuzuwenden. Das sensibilisierte Lebensumfeld soll dann in der Lage sein, Young Carer nach besten Möglichkeiten zu unterstützen.

Absender der Kampagne

Als Absender der Kampagne kommen vor allem Hilfsorganisationen in Frage, die sich primär für Young Carer einsetzen. So kann sicher gestellt werden, dass Young Carer im Zuge der Kampagne zusätzlich noch auf spezifische Hilfsangebote der jeweiligen Hilfsorganisation aufmerksam werden. Die Hilfsorganisationen, die am intensivsten Öffentlichkeitsarbeit betreiben, sind: Echt Unersetzlich (Diakonisches Werk Stadtmitte e.V.), Young Helping Hands, Young Carer Hilfe/young-carers.de (gemeinnützige UG, gleiche Gründerin) und Pausentaste (BMFSFJ). Allerdings bieten nicht alle gleichermaßen ein niedrighschwelliges Hilfsangebot an und weisen unterschiedliche Erfahrungen im Bereich Öffentlichkeitsarbeit auf. Denkbar wäre auch, sich eigens für die Kampagne eine Initiative auszudenken und diese als fiktiven Absender zu wählen. Im Folgenden sollen die Vor- und Nachteile aller potenziellen Absender gegeneinander aufgewogen werden.

Echt Unersetzlich:

Positiv hervorzuheben ist, dass Echt Unersetzlich mit einem professionellen, jugendlichen Online-Auftritt als einzige Hilfsorganisation eine eigene niedrighschwellige Online-Beratung für Betroffene anbietet (Abb. 13). Außerdem stellt sie kostenlos diverse Schul- sowie Informationmaterial über Young Carer zur Verfügung. Dieses ist vergleichsweise ansehnlich ausgestaltet und bietet eine gute Grundlage für eine Sensibilisierung des Lebensumfeldes von Young Carern (Abb. 14). Allerdings agiert diese Organisation ansonsten nur im Großraum Berlin. Das Young Carer Phänomen ist jedoch eines, das nach Möglichkeit bundesweit besprochen werden sollte.

47 Vgl. Echt Unersetzlich, in: Wir & unser Angebot, [online] <https://www.echt-unersetzlich.de/wir-und-unser-angebot-fuer-pflegende-jugendliche/>, [18.01.2021]

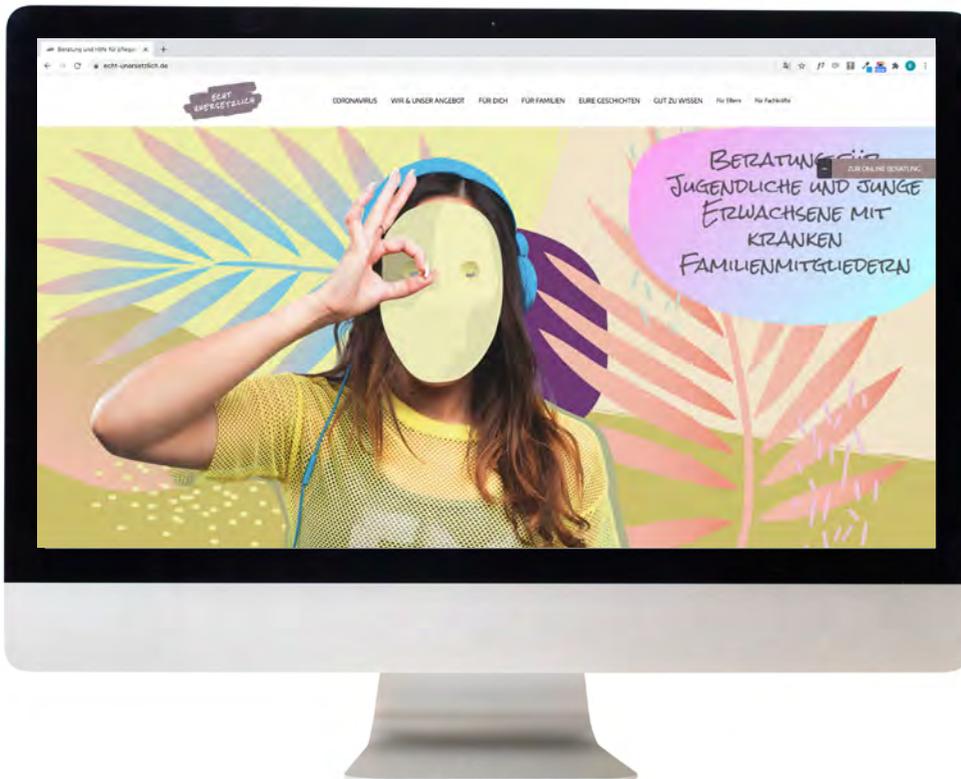


Abb. 12 : Startseite von *Echt Unersetzlich*

Bildquelle: echt-unersetzlich.de
Mock-Up: freepik.com

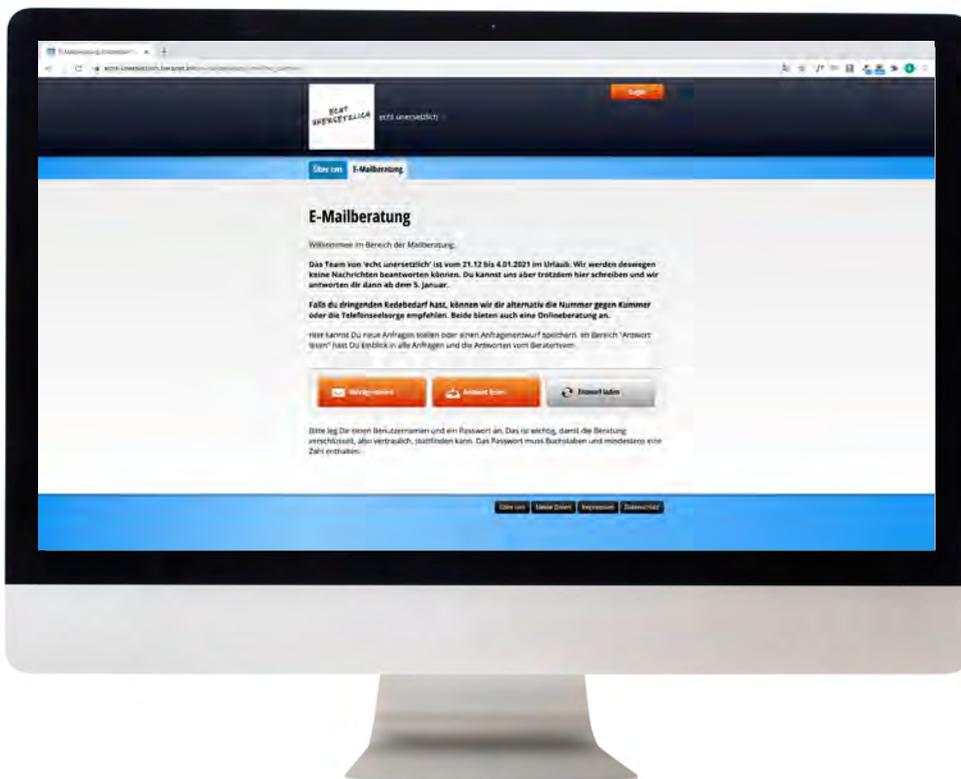


Abb. 13 : *E-Mailberatung* von *Echt Unersetzlich*

Verweis auf Nummer gegen Kummer und Telefonseelsorge

Bildquelle: echt-unersetzlich.de
Mock-Up: freepik.com



Abb. 13.1: Titelbild der Handbuchs „Wenn Jugendliche sich um kranke Angehörige kümmern“ Handbuch, das Fachkräfte über Young Carer aufklärt

Quelle: echt-unersetzlich.de

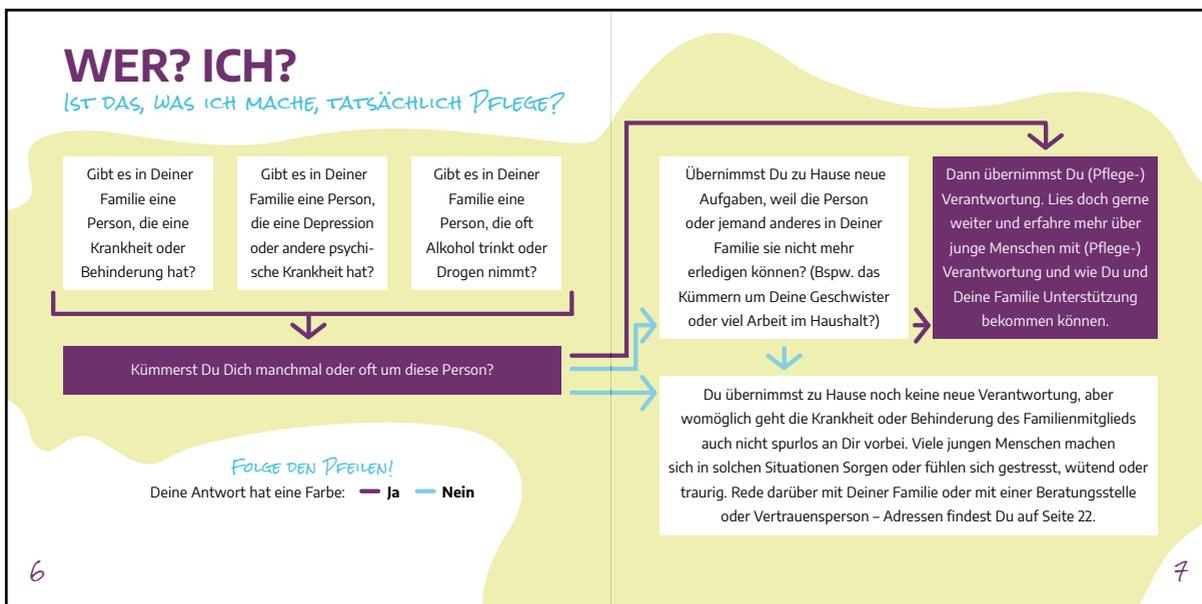


Abb. 14: Auszug aus „Do you care?“

Kostenlose Broschüre für Young Carer, die ihnen hilft, sich selbst als solche zu identifizieren und ihnen Ratschläge und Beratungsggellen an die Hand gibt

Quelle: echt-unersetzlich.de

ECHT UNERSETZLICH
 WENN JEMAND IN DEINER FAMILIE KRANK IST UND DU DICH ECHT UNERSETZLICH FÜHLST:
ZEIG DICH!

IN DEINER FAMILIE GIBT ES EINE PERSON MIT EINER KRANKHEIT ODER BEHINDERUNG?
 Alles verändert sich: Die Person mit der Krankheit. Das ganze Familienleben. Dein Leben.

Du MACHST DIR SORGEN, FÜHLST DICH GESTRESST ODER ERSCHÖPFT?
 Wird die Krankheit noch schlimmer? Wird die Person daran sterben? Kann ich ihr irgendwie helfen?
 Wie geht es wohl den anderen in meiner Familie?

Du HILFST IN DEINER FAMILIE SETZT VIEL MEHR ALS ANDERE IN DEINEM ALTER?
 Wenn jemand eine Krankheit oder Behinderung hat, braucht er oder sie mehr Hilfe. Stressig wird es dann, wenn dir dadurch weniger Zeit für Freunde oder Schule, Uni oder Ausbildung bleibt.

Du ZEIGST ANDEREN SELTEN, WIE ES DIR WIRKLICH GEHT, WELCHE WÜNSCHE DU HAST UND WELCHE SORGEN?
 Egal welche Fragen oder Sorgen du hast; melde dich bei uns.
 Wir hören Dir zu und suchen mit dir nach Lösungen!

! DIZ KOMMEN EIN ODER MEHRERE DIESE FAGEN BEKANNT VOR? ZEIG DICH UNS!

ECHT UNERSETZLICH
 HILFE FÜR JUGENDLICHE UND JUNGE ERWACHSENE MIT KRANKEN FAMILIENMITGLIEDERN

Abb. 15: Auszug aus Flyer

Flyer, der Kinder und Jugendliche mit Pflegeverantwortung dazu motivieren soll, sich „zu zeigen“

Quelle: echt-unersetzlich.de

Young Carer Hilfe und Young Helping Hands:

Betrachtet man das Handlungsfeld der Young Carer Hilfe sowie das von Young Helping Hands, so stellt man fest, dass beide deutschlandweit vor allem Lobby- und allgemeine Aufklärungsarbeit betreiben. So hat die Gründerin der Young Carer Hilfe Lana Rebhan im September 2020 initiieren können, dass die Partei Bündnis 90/Die Grünen im bayrischen Landtag einen Antrag gestellt hat, welcher die Politik konkret dazu auffordert, „die notwendigen Strukturen aufzusetzen“, um Young Carer unterstützen zu können.⁴⁷

Young Helping Hands Gründerin Julika Stich gibt regelmäßig Interviews, in denen sie über ihre Erfahrungen als Young Carer berichtet und über die damit verbundenen Probleme aufklärt (Abb. 18). Allerdings ist davon auszugehen, dass Jugendliche eine Talkshow, die zwar das Thema Young Carer bespricht, jedoch Abends um 22 Uhr im SWR Fernsehen ausgestrahlt wird, nicht anschauen. Auch die Erfahrungen mit Rückmeldungen zu eben jenen Interviews zeigen laut Janine Adomeit (Young Helping Hands), dass sich vor allem ehemalige Young Carer, die heute erwachsen sind, bei der Initiative melden und ihr für ihre Arbeit danken. Anfragen von Young Carern selbst seien eher selten.⁴⁸ Das zeigt, dass durch die Öffentlichkeitsarbeit von Young Helping Hands und der Young Carer Hilfe bisher noch keine junge Zielgruppe merkbar angesprochen wird.

47 Vgl. Bündnis 90/die Grünen, JUNGE SCHULTERN ENTLASTEN! Grüne Offensive für „Young Carer“ - Kinder, die ihre Eltern pflegen, in: Sozialpolitik, 30.10.2020, [online] <https://www.gruene-fraktion-bayern.de/index.php?id=15814>, [17.01.2021]

48 Vgl. Adomeit, Janine: Interview, 03.09.2020, siehe Anhang 2

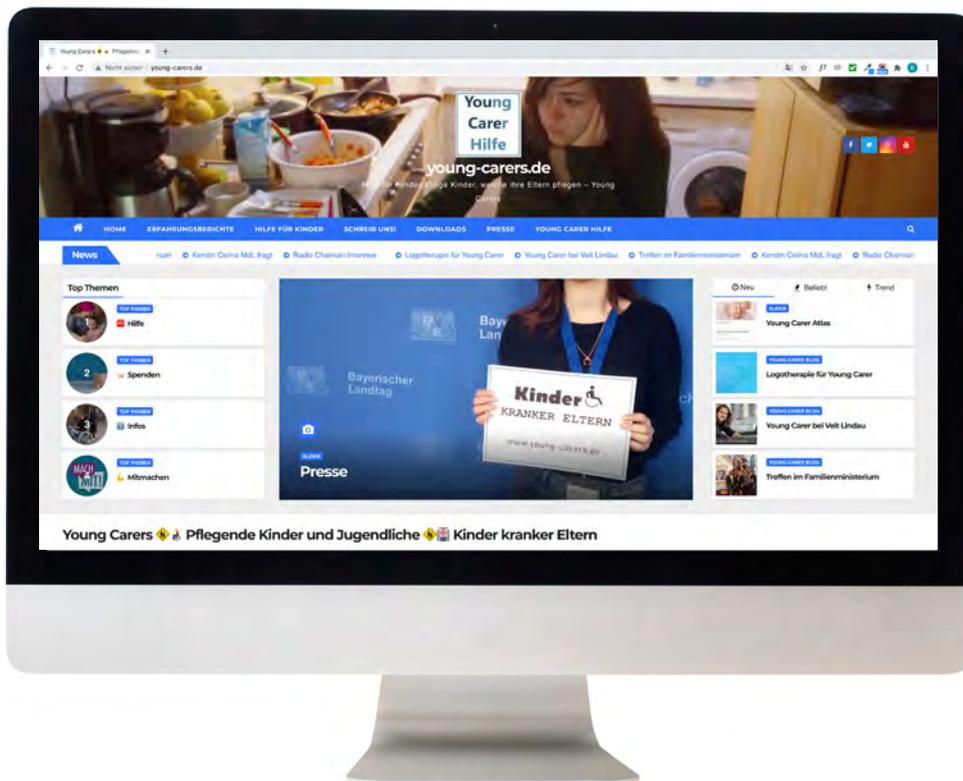


Abb. 16 : Startseite von young-carers.de

Bildquelle: young-carers.de
Mock-Up: freepik.com



Abb. 17: Startseite von Young Helping Hands

Bildquelle: young-helping-hands.de
Mock-Up: freepik.com



Abb. 18: Screenshot aus SWR Nachtcafé

Interview mit Julika Stich (Young Helping Hands) über ihre Erfahrungen als Young Carer

Quelle: SWR, youtube.com

Mock-Up: freepik.com



*Abb. 19 : Screenshot aus Pressekonferenz Bündnis 90/ Die Grünen
Lana Rebhan (young-carers.de, 2. v. r.) über ihre Initiative*

Quelle: Grüne Fraktion Bayern, youtube.com
Mock-Up: freepik.com

Pausentaste:

Die Pausentaste betreibt als Initiative eines Bundesministeriums keine Lobbyarbeit, jedoch klärt dieses seit 2018 meist unter Zuhilfenahme von sozialen Medien in erster Linie junge Menschen über das Phänomen der Young Carer auf. Bisher galt diese Form der Öffentlichkeitsarbeit vor allem dem Ziel, auf das Angebot der Pausentaste aufmerksam zu machen, welches sich an Young Carer selbst richtet. Dieses besteht in erster Linie aus der Auflistung von unterschiedlichen (Online-)Beratungsstellen und diversen Artikeln, die den Betroffenen sinnvolle Tipps zur Bewältigung ihrer Situation an die Hand geben sollen. Zudem gibt es auf [pausentaste.de](https://www.pausentaste.de) den Reiter „für Fachkräfte“, unter dem bspw. Schul- und Informationsmaterial zu finden sind.⁴⁹

Des Weiteren wird den Betroffenen nahegelegt, Lehrkräfte darum zu bitten, das Thema Young Carer im Unterricht zu behandeln. Dazu stellt Pausentaste eine Box mit entsprechendem Lehrmaterial zur kostenlosen Bestellung über den Publikationsversand der Bundesregierung bereit.⁵⁰ Pausentaste versucht also bereits eine junge Zielgruppe mit Hilfe von sensibilisierten Lehrkräften über Young Carer aufzuklären.

49 Vgl. Pausentaste, in: [pausentaste.de: Für Fachleute](https://www.pausentaste.de/fuer-fachleute/), [online] <https://www.pausentaste.de/fuer-fachleute/> [17.0.1.2021]

50 Vgl. Pausentaste, in: [pausentaste.de: Hol' die Pausentaste jetzt an deine Schule](https://www.pausentaste.de/artikel/news/hol-die-pausentaste-jetzt-an-deine-schule/), [online] <https://www.pausentaste.de/artikel/news/hol-die-pausentaste-jetzt-an-deine-schule/> [17.0.1.2021]

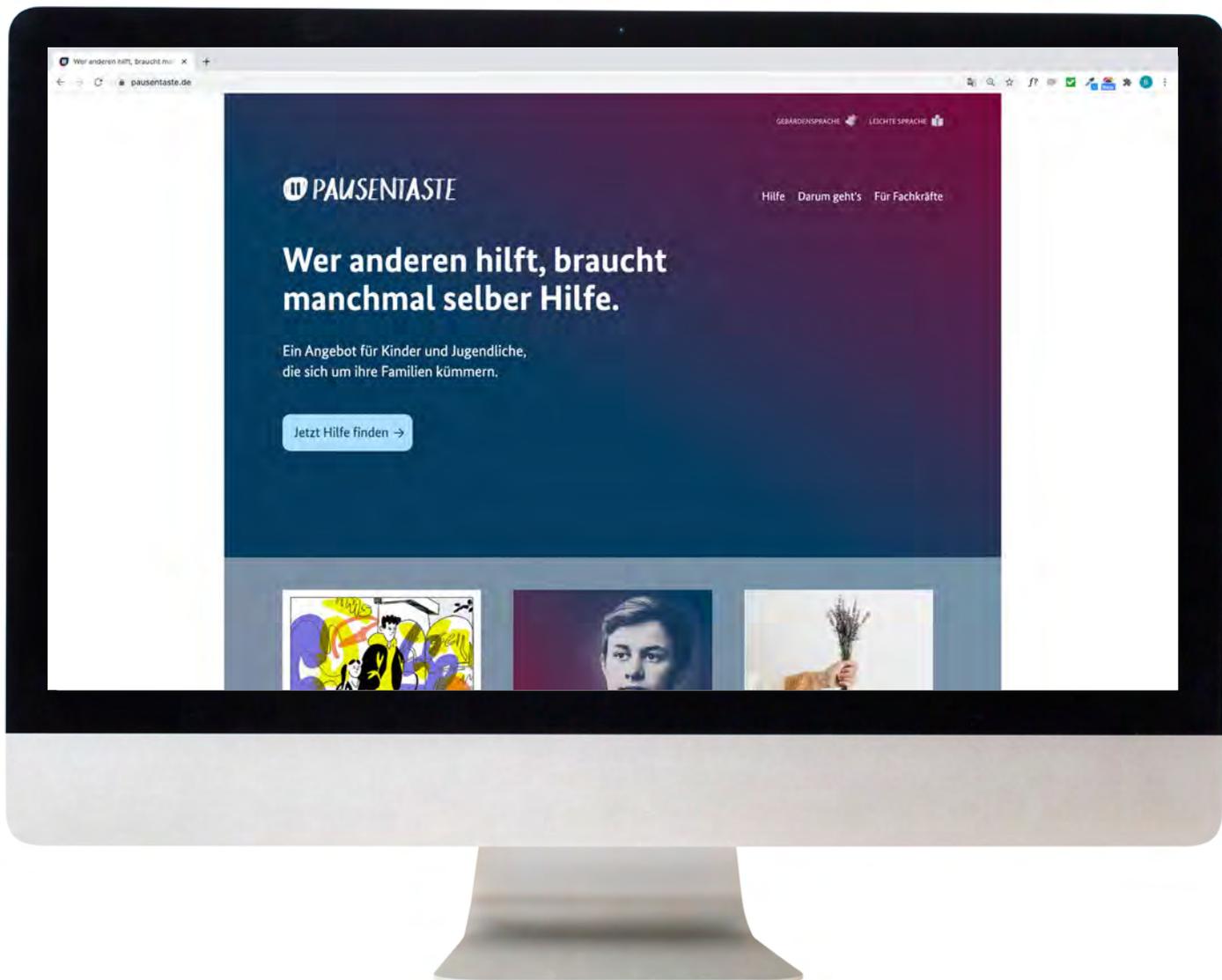


Abb. 20: Startseite von Pausentaste

Bildquelle: pausentaste.de
Mock-Up: freepik.com



Abb. 21: Auszug aus Unterrichtsmaterial Übersicht über Vorschläge zur Unterrichtsgestaltung

Quelle: Publikationsversand, BMFSFJ



Abb. 22: Instagram Repost der Nummer gegen Kummer e. V. Familienministerin Franziska Giffey im Interview mit TikToker Nikotheac über das Angebot Pausentaste

Quelle: nummergegenkummer_e.V., instagram



Abb. 23: Screenshot aus YouTube-Video „Das Video über meinen Bruder...“, Malwanne über die Initiative Pausentaste und dem Appell, sich dort Hilfe zu suchen

Quelle: Malwanne, youtube.com
Mock-Up: freepik.com

Social Media Präsenz:

Ausgehend davon, dass Young Carer und ihr Lebensumfeld aufgrund ihres Alters vor allem über die sozialen Netzwerke erreichbar sind, ist es von Vorteil, die bereits existierende Social Media Reichweite eines potenziellen Absenders zu Gunsten der Kampagne nutzen zu können.

Zwar hat die Initiative Pausentaste keine eigene Social Media Präsenz, jedoch kann ihr Initiator, das BMFSFJ, auf allen gängigen Plattformen (Instagram, Facebook, Twitter) eine hohe Reichweite aufweisen. Lediglich auf den bei Jugendlichen beliebten Plattformen TikTok und Snapchat zeigt es keine eigene Präsenz, wodurch allerdings Werbemöglichkeiten dort nicht ausgeschlossen sind.

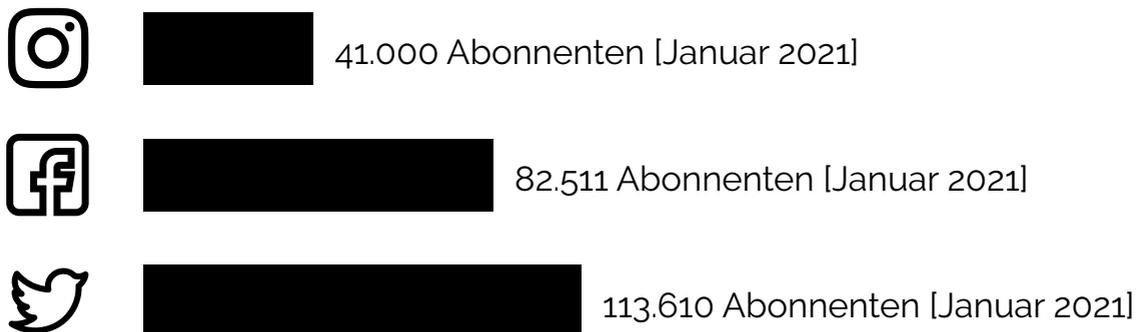


Abb. 24: Abonnenten des BMFSFJs

Bei TikTok hat es z.B. bereits Kooperationen mit dem TikToker NikoThec gegeben, der seinen Followern das Hilfsangebot der Pausentaste näher gebracht hat.⁵¹ Neben einem Live-Interview mit der Bundesfamilienministerin Franziska Giffey bat er unter anderem in einem seiner Videos darum, Erfahrungen als pflegende:r Jugendliche:r unter dem Hashtag #pausentaste auf TikTok zu teilen. (Abb. 25) Allerdings blieb es bei einer einzigen Teilnahme an diesem Aufruf.

⁵¹ Vgl. Röber, Marina: Die Familienministerin ist jetzt auf TikTok, in: W&V, 27.05.2020, [online] https://www.wuv.de/tech/die_familienministerin_ist_jetzt_auf_tiktok, [17.01.2021]

(Abb. 26) Auch hier zeigt sich, dass Young Carer mit ihren Problemen nicht an die Öffentlichkeit treten. Vergleichbare Kooperationen, in denen Influencer vom BMFSFJ gebeten wurden, über das Angebot der Pausentaste aufzuklären, gab es auch schon mit einer Youtuberin, sowie mit Influencern bei Instagram.



Abb. 25 : Ausschnitt aus TikTok-Video
 NikotheC bittet seine Community,
 ihre Erfahrungen zu posten
 18,1 Tsd. Likes [17.01.2021]

Videoquelle: Nikohec, TikTok
 Mock-Up: freepik.com

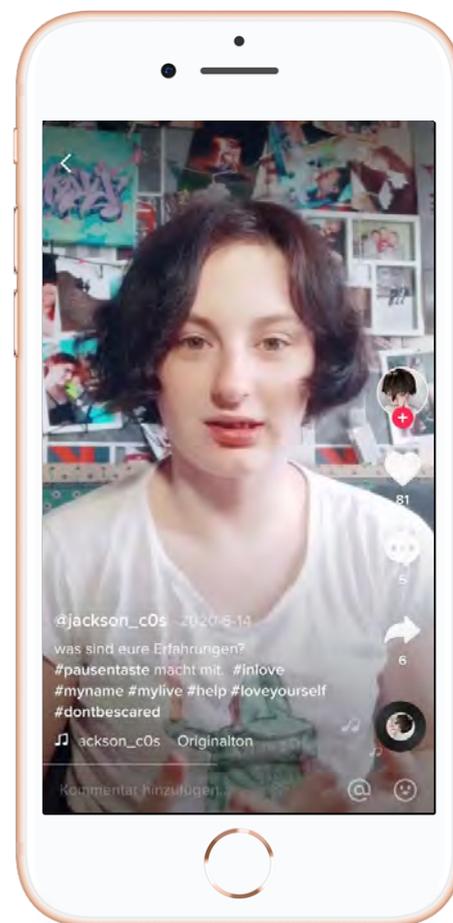


Abb. 26: Screenshot aus TikTok-Video
 Einzige Teilnahme an dem Aufruf
 81 Likes [17.01.2021]

Videoquelle: jackson_c0s, TikTok

Vergleich:

Die Young Carer Hilfe sowie Young Helping Hands können auf den gängigen Social Media Plattformen nur mit wenigen hundert Followern aufwarten. Zwar schließt auch dies das Werben auf diesen Plattformen nicht aus, jedoch ist das Schalten von Werbeanzeigen dort immer auch ein Kostenpunkt, der mit einkalkuliert werden muss. Vor dem Hintergrund, dass beide Initiativen rein spendenfinanziert sind, stellt sich die Frage, inwiefern das Schalten von Anzeigen auf Social Media Plattformen bezahlbar wäre. Das Erlangen von Reichweite ohne kostenpflichtige Anzeigen zu schalten, stellt eine Herausforderung dar, die bei der Planung der Kampagne berücksichtigt werden müsste.

Für alle drei Initiativen wäre es eine kostengünstige Alternative, bei der Verbreitung der Kampagne auf unvergütete oder kostengünstige Kooperationen mit Influencern und die Mitarbeit der Community in Form von Erstellen/Teilen von Beiträgen zu setzen. Hierbei könnte die Seriosität des Bundesministeriums von Vorteil sein. Es kann davon ausgegangen werden, dass der Initiative eines Bundesministeriums eine höhere Bedeutung beigemessen wird als der einer eher unbekannteren Hilfsorganisation. Außerdem hat das BMFSFJ in der Vergangenheit bereits Influencer für die Bekanntmachung der Pausentaste gewinnen können, was darauf schließen lässt, dass hier bereits erste Erfahrungen im PR-Bereich vorliegen.

Des Weiteren ist anzunehmen, dass die finanziellen Mittel des BMFSFJs für die Durchführung einer Kampagne höher sind als die von spendenfinanzierten Organisationen.

Sowohl die Seriosität, die Professionalität, die Reichweite, die Erfahrung, so wie der voraussichtliche Etat sprechen also zu diesem Zeitpunkt für das BMFSFJ mit der Initiative Pausentaste als Absender der Kampagne. Allerdings umfasst das Hilfsangebot der Initiative zur Zeit nur die metaphorische „Behandlung von Symptomen“ der Young Carer: D.h. fühlt sich ein Young Carer in seiner Situation zu sehr belastet, kann er sich über die Pausentaste Hilfe in Form von Ratgebern, informativen Artikeln oder einem Gespräch bei der Nummer gegen Kummer oder dem Kinder- und Jugendtelefon suchen.

Dem gegenüber stehen Young Helping Hands und die Young Carer Hilfe, die „die Ursache des Problems bekämpfen“ wollen. D.h. diese beiden Initiativen sehen die Politik und damit auch das BMFSFJ in der Pflicht, Young Carer bereits präventiv zu unterstützen, sodass es gar nicht erst zu einer solchen Belastung kommt. Young Helping Hands fordert in einem offenen Brief an Gesundheitsminister Jens Spahn im Jahr 2018 bspw. „Angebote zur Stressprävention“, „Angebote zum Ausgleich vom Pflegealltag“ und „eine höhere/dichtere Anzahl von Beratungsstellen“ für Young Carer.⁵² Langfristig gesehen scheinen diese Forderungen sinnvoller und unterstützenswerter zu sein, weil sie verhindern können, dass Young Carer überhaupt in eine so missliche Lage kommen, in der sie sich gezwungen sehen, aktiv (online) nach Hilfe zu suchen. Allerdings fordern auch Young Helping Hands von der Politik mehr „öffentliche Aufklärungsarbeit und Enttabuisierung, z. B. in Form von Kampagnen“.⁵³ Dieser Forderung würde das BMFSFJ mit einer bundesweiten Kampagne nachkommen.

⁵² Vgl. Stich, Julika & Adomeit, Janine, in: Offener Brief an Bundesgesundheitsminister Jens Spahn, 05.08.2018, [online] <https://young-helping-hands.de/project/offener-brief/> [18.01.2021]

⁵³ Stich & Adomeit, 2018

Letztendlich ist davon auszugehen, dass eine flächendeckende Sensibilisierung der Bevölkerung für Young Carer dazu führen wird, dass sich mehr Menschen für das Wohlergehen dieser Gruppe werden einsetzen wollen. So würde eine Kampagne im Namen des BMFSFJs zwar keine politischen Veränderungen proklamieren, jedoch am weitreichendsten über das Phänomen Young Carer aufklären können. Das wiederum würde auch den Hilfsorganisationen mehr Aufmerksamkeit und ggf. Unterstützung bescheren, womit sie der Forderung nach politischer Veränderung Nachdruck verleihen könnten.

Die Entwicklung einer eigens für die Kampagne ins Leben gerufenen Initiative erscheint hingegen nicht sinnvoll. Es existiert bereits eine große Auswahl an kleinen Hilfsorganisationen, die alle auf ähnliche Weise versuchen, auf Young Carer aufmerksam zu machen und ihnen ein Hilfsangebot zu bieten. Da es bereits ein Netzwerk zwischen diesen Organisationen gibt, finden fast alle diese Initiativen Erwähnung bei den jeweils anderen. Am übersichtlichsten bündelt diese pausentaste.de sowohl in einer Auflistung⁵⁴, als auch auf einer Deutschlandkarte.⁵⁵ Es erscheint sinnvoller, bereits vorhandene Strukturen zu verwenden, als noch eine Initiative zu gründen, für die es eigentlich keinen Bedarf gibt und die weder Budget noch Reichweite aufweist.

Die Wahl des Absenders fällt demnach auf das BMFSFJ mit der Initiative Pausentaste. Denn dieses erfüllt die meisten Voraussetzungen für das Gelingen einer bundesweiten Kampagne und öffnet ggf. Türen für mehr Öffentlichkeitsarbeit der anderen Hilfsorganisation.

54 Vgl. Pausentaste, in: Angebote finden: Beratung, Gruppen und Workshops [online] <https://www.pausentaste.de/angebote-finden/> [17.01.2021]

55 Vgl. Pausentaste, in: Finde Angebote in deiner Nähe [online] <https://www.pausentaste.de/hilfe/> [17.01.2021]

Konzeption

*Entwicklung einer öffentlichkeitswirksamen Kampagne
im Namen des BMFSFJs*

Kreativbriefing

Um die Kampagne konzipieren und letzten Endes ausgestalten zu können, bedarf es eines umfassenden Briefings, welches die Rahmenbedingungen der Kampagne festlegt. Dieses wird im Rahmen der Bachelorarbeit erdacht und stammt nicht vom BMFSFJ selbst.

Aufgabe

Damit sich Young Carer zukünftig nicht mehr davor scheuen müssen, ihre Situation offen zu kommunizieren, will die Pausentaste als Initiative des BMFSFJs mit einer Kampagne im Lebensumfeld der Betroffenen für mehr Verständnis und Wertschätzung sorgen. So kommt sie der vielfachen Forderung nach Öffentlichkeitsarbeit nach und trägt maßgeblich zur Identifizierung und Unterstützung der Young Carer bei. Außenstehenden soll bewusst gemacht werden, welche enorme Leistung ein Young Carer erbringt. Diese sollen daraufhin das Bedürfnis entwickeln, Young Carer nach ihren Möglichkeiten zu unterstützen. Gleichzeitig soll gewährleistet werden, dass die Kampagne Rückschlüsse auf das bereits vorhandene Hilfsangebot der Pausentaste zulässt, damit Young Carer auch dieses wahrnehmen können.

Zielgruppe

Vor dem Hintergrund, dass sich Fachpersonal bereits ausreichend über das Phänomen informiert zu fühlen scheint, sollen die dort gewonnen Erkenntnisse nun auch an die Peer-Groups der Young Carer, meist vertreten durch Klassenkamerad:innen, herangetragen werden. Da laut der Studie der Universität Witten Herdecke rund 69% aller Young Carer weiblich sind⁵⁶, ist davon auszugehen, dass auch ein höherer Bedarf an weiblichen Unterstützerinnen besteht.

Zwar gibt es Young Carer, die noch sehr jung sind, jedoch zeigt die Erfahrung, dass sich junge Pflegende erst mit zunehmendem Alter auch als solche identifizieren. Daher erscheint es sinnvoll, eine Zielgruppe für die Kampagne zu wählen, die älter ist als die jüngsten Young Carer.

Die Zielgruppe ist also primär weiblich und hat Berührungspunkte mit Young Carern, die sich ihrer Leistung bewusst sind, selbst wenn sie ihre Situation nicht benennen können. Somit ist die Zielgruppe bereits zwischen 13 und 18 Jahren alt (Teenager). Sie ist nicht zwingend bereits mit dem Phänomen Young Carer vertraut, hat jedoch eine Affinität dazu, Menschen in ihrem Umfeld helfen zu wollen. Sie geht mit offenen Augen durchs Leben und hat ein ausgeprägtes Gespür für Fairness.

Gleichzeitig sollte sicher gestellt werden, dass auch Young Carer selbst die Kampagne wahrnehmen. Sie sollen sich durch die Kampagne in ihrer Leistung bestärkt fühlen und zusätzlich unterschwellig auf das Angebot der Pausentaste aufmerksam werden.

⁵⁶ Vgl. Metzing, 2018, S.41



Bild: Lynne Baltzer, Unsplash

Persona

Lena (14), Schülerin, 8. Klasse einer Gesamtschule

Lebenssituation:

lebt im Mehrfamilienhaus mit: Vater (Öffentlicher Dienst), Mutter (Apothekerin in Teilzeit), älterer Bruder (17, Schüler an gleicher Schule), Labradorhündin (6)

Über Lena:

- Durchschnittliche Schülerin, macht ihre Hausaufgaben, auch wenn sie meistens keine Lust dazu hat
- Hilft ihrer Mutter schon mal beim Kochen, bringt den Müll raus, geht Gassi, wenn man sie darum bittet
- Findet es manchmal unfair, dass ihr Bruder mehr Sachen darf als sie, z. B. länger abends weg bleiben
- Hat zwei mal die Woche Tanztraining
- Macht mit ihren Freundinnen gerne TikToks und schwärmt für den ein oder anderen Superstar

Schule:

- Schreibt gute Noten
- Hat drei bis vier gute Freundinnen in ihrer Klasse und ein zwei Jungs, mit denen sie in der Pause gerne Zeit verbringt

Erfahrungen mit Young Carern:

- Lena kennt den Begriff nicht und kann sich kaum vorstellen, was es bedeutet, eine:n Angehörige:n zu pflegen
 - In ihrer Klasse gibt es einen Jungen, Hendrik, der häufiger keine Hausaufgaben hat und gelegentlich fehlt
- Es heißt, seine Mutter sei schwer krank. Das tut Lena leid, zumal sie Hendrik ziemlich nett findet. Sie versteht allerdings nicht, warum Hendrik deshalb nicht zur Schule kommt



Bild: Jeswin Thomas, Unsplash

Persona

Jonas (16), Schüler, 10. Klasse einer Realschule

Lebenssituation:

Mietwohnung, Mutter (alleinerziehend),
Oma lebt seit einigen Jahren mit im Haushalt

Über Jonas:

- Spielt gern Fußball, ist Mannschaftskapitän
- Unter seinen Freunden ist er der „Macher“, der die Gruppe gut motivieren kann
- Früher hat sich seine Oma um ihn gekümmert, weil seine alleinerziehende Mutter viel gearbeitet hat
- Inzwischen ist seine Oma dement und lebt bei Jonas und seiner Mutter
- Weil die Pflege der Oma zunehmend anstrengend für Jonas' Mutter wird, überlegt die Familie, sie lieber in ein Heim zu geben

Schule:

- Er schreibt mittelmäßige Noten, ist aber bemüht, einen soliden Abschluss zu machen
- Er eckt gelegentlich bei anderen an, weil er gerade heraus sagt, was er denkt
- Er spricht es an, wenn er sich selbst oder andere ungerecht behandelt fühlt
- Nach der Schule will Jonas eine Ausbildung zum KFZ-Mechatroniker machen, aber erstmal noch zu Hause wohnen bleiben, um etwas Geld zu sparen und seine Mutter zu unterstützen

Erfahrungen mit Young Carern:

- Jonas kennt zwar den Begriff nicht, hat jedoch eine sehr gute Vorstellung davon, was es bedeutet, eine:n Angehörige:n zu pflegen
- Zwar ist er selbst nicht wirklich in die Pflege seiner Oma involviert, merkt aber, wie belastend die Situation für seine Mutter ist
- Hätte Jonas einen Freund, der zu Hause eine:n Angehörige:n pflegt und würde dieser deshalb von anderen unfair behandelt werden, würde Jonas sich für ihn einsetzen



Bild: Marcel Strauß, Unsplash

Persona

Marie (18), Schülerin, 12. Klasse Gymnasium

Lebenssituation:

Einfamilienhaus, Vater (Beamter), Mutter (Pädagogin), Schwester (12)

Über Marie:

- Sozial engagiert
→ Demonstriert für Fridays for Future, ist Veganerin, macht sich stark gegen Rechts, gegen Fat-Shaming, für Black Lives Matter, etc.
- Nutzt Social Media, um auf Missstände aufmerksam zu machen
- Ihre Eltern unterstützen Maries Engagement, auch wenn das für sie bedeutet, sich häufiger von ihrer Tochter kritisieren zu lassen
- Maries kleine Schwester ist öfters genervt von Maries ständiger Nörgelei
- Neben den Abiturvorbereitungen und all dem Engagement findet Marie noch Zeit für Freunde und Sport

Schule:

- Einser-Schülerin
- Schul- und Klassensprecherin
- Setzt sich dafür ein, ihre Schule zu einem besseren Ort für alle zu machen
- Will nach dem Abitur für ein paar Monate nach Afrika und dann Medizin studieren

Erfahrungen mit Young Carern:

- Marie hat schon einige Berichte und Beiträge über Young Carer gesehen/gelesen und ist empört darüber, wie wenig Unterstützung die Betroffenen erfahren
- Einmal hat Marie von einem Mädchen an ihrer Schule gehört, das ihren behinderten Bruder zu Hause pflegt. Sie wollte das Mädchen dazu überreden, auf sich aufmerksam zu machen und für mehr Rechte/Unterstützung zu demonstrieren. Das Mädchen empfand Marie jedoch als ziemlich aufdringlich und wollte ihrem Rat nicht folgen.
→ Marie möchte Young Carern gerne helfen und für ihre Rechte eintreten, weiß aber nicht, wie sie das angehen soll.

Kernbotschaft & Reason why

Im Vordergrund der Kampagne steht die Wertschätzung und Unterstützung der Young Carer, welche ein Verständnis für die Situation der Betroffenen seitens ihres Umfeldes voraussetzen. Die Pausentaste positioniert sich bereits mit der Kernbotschaft „Wer anderen hilft, braucht manchmal selber Hilfe.“ Sie richtet sich ursprünglich an die Young Carer und Fachkräfte, jedoch ist es ebenso wichtig, dass auch die Zielgruppe der Kampagne diese Botschaft verinnerlicht, um eben jenes Verständnis für die Situation der Young Carer aufbringen zu können. Schließlich soll die Zielgruppe dazu ermutigt werden, Young Carern die Hilfe zukommen zu lassen, die sie brauchen.

Schließlich verdient das, was Young Carer neben all den Hürden des Erwachsenwerdens tagtäglich leisten, größte Wertschätzung und Unterstützung, vor allem von den Menschen, mit denen sie die meiste Zeit verbringen. (Reason why)

Tonalität

Die Seriosität des Bundesministeriums sollte sich auch in der Tonalität der Kampagne widerspiegeln. So kann garantiert werden, dass die Kampagne von der Zielgruppe ernst genommen wird. Dennoch sollte eine (Bild-)Sprache gefunden werden, die mit der Zielgruppe auf Augenhöhe kommuniziert. Hier gilt es, ein gesundes Mittelmaß zu finden, das weder zu sehr in befremdlichen „Jugendslang“ abdriftet, noch zu geradlinig bürokratisch wirkt.

Um die Zielgruppe außerdem optimal sensibilisieren zu können, ist es wichtig, ein realistisches Bild der Situation von Young Carern zu vermitteln. Daher sollen Young Carer in der Kampagne weder bemitleidet noch lobgepriesen werden. Ihre Leistungen sollen lediglich anerkannt und wertgeschätzt werden. Nur so gelingt es, diese Gruppe in die Gesellschaft zu integrieren. Eine Betonung der Andersartigkeit von Young Carern könnte das Gegenteil zur Folge haben und ihre Ausgrenzung begünstigen.

Es ist gewünscht, dass auch Young Carer, obwohl sie nicht zur primären Zielgruppe gehören, von der Kampagne erfahren, denn sie sollen wissen, dass die Pausentaste sich für sie einsetzt. Deshalb gilt es, Young Carer in der Kampagne möglichst realitätsnah darzustellen und zu berücksichtigen, sodass auch diese sich von der Kampagne angesprochen und nicht etwa übergangen fühlen sollen.

Zudem sollte aus der Kampagne hervorgehen, dass die Initiative Pausentaste selbst bereits ein Hilfsangebot für Young Carer darstellt und von diesen als digitale Anlaufstelle aufgesucht werden kann.

Etat

Als Richtwert für den Etat der Kampagne können vorausgegangene Kampagnen des BMFSFJs als Referenz hinzugezogen werden. So habe die im Herbst 2020 gestartete Kampagne „Ehrenpflegas“, die den Pflegeberuf für junge Leute attraktiver machen soll, rund 700.000€ gekostet.⁵⁷ Allerdings muss hierbei beachtet werden, dass die genannte Kampagne in erster Linie wirtschaftliche Ziele, nämlich die Akquise von mehr Pflegepersonal, hat. Daher ist davon auszugehen, dass hier mehr Geld investiert wird, als man es bei einer Kampagne ohne wirtschaftlichen Zweck tun würde.

Die Kosten der zu planenden Kampagne sollten daher nicht unnötig in die Höhe getrieben werden, sondern es sollten nach Möglichkeit kostengünstige Maßnahmen bevorzugt werden. Schließlich handelt es sich um die Verwendung von öffentlichen Geldern, die gewissenhaft eingesetzt werden sollten.

⁵⁷ Vgl. Fehrle, Mortiz, Die Ehre genommen, in: Süddeutsche Zeitung, 14.10.2020, [online] <https://www.sueddeutsche.de/medien/serie-youtube-pflege-15069951> [18.01.2021]

Timing

Es bietet sich an, die Kampagne anlässlich eines bestimmten (Feier-) Tages zu starten, der bereits im Zusammenhang mit Young Carern steht. Dafür kommen mehrerer Daten in Frage:

Denkbar wäre es, sich dem am 16.03.2021 erstmalig stattfindenden „Young Carers Action Day“ anzuschließen. Dieser wird, wie bereits erwähnt, von der britischen Hilfsorganisation Carers Trust initiiert. Den vorausgegangenen „Young Carers Awareness Day“s hatten sich auf Twitter bereits europaweit Organisationen angeschlossen, darunter auch die Young Carer Hilfe. Anlässlich dieses Tages hatten sie auf Young Carer und damit verbundene eigene Projekte aufmerksam gemacht.⁵⁸

Denkbar wäre auch, sich für die sorgsame Planung der Kampagne Zeit zu nehmen und sich erst dem Young Carers Action Day 2022 anzuschließen.

Ausgehend von den vergangenen Jahren wird der zu nutzende Hashtag anlässlich dieses Tages voraussichtlich #YCAD2021 sein. Vermutlich wird dieser auch im Jahr 2021 eine hohe Reichweite generieren, sodass man diese nutzen könnte, um auch mehr Aufmerksamkeit auf die Kampagne der Pausentaste zu lenken. Allerdings besteht gleichzeitig die Gefahr, dass die eigene Kampagne in der Flut von Postings zum Thema Young Carer untergeht. Außerdem nutzt die Kernzielgruppe erfahrungsgemäß Twitter nicht so stark, wie andere soziale Medien.

⁵⁸ Vgl. Carers Trust, in: carers.org

Alternativ in Frage kämen der Internationale Tag der Pflege (04.05.2021), der zweite „European Carers Day“ (vermutlich Anfang Oktober 2021, ein genaues Datum ist noch nicht bekannt.) oder der Internationale Tag der Kinderrechte (20.11.2020). Möglicherweise sind der Internationale Tag der Pflege, sowie der Internationale Tag der Kinderrechte jedoch bereits durch andere Themen belegt, auf die das BMFSFJ anlässlich dieser Tage öffentlichkeitswirksam eingehen will.

Der European Carers Day ist im Jahr 2020 erstmalig von Eurocarers, dem Dachverband pflegender Angehöriger in Europa, initiiert worden. Als solcher wird er unter anderem durch die EU-Kommission unterstützt.⁵⁷

Der Verein definiert pflegende Angehörige als „Personen, die ihnen nahe stehende Menschen, die chronisch krank oder behindert sind oder andere anhaltende Gesundheits- oder Pflegebedarfe haben, unentgeltlich unterstützen und pflegen“⁵⁸ und schließt damit explizit auch Young Carer ein. Des Weiteren verlangt er in seinem Zehn-Punkte-Plan zur Unterstützung und Stärkung von pflegenden Angehörigen eine frühstmögliche Identifizierung von Young Carern („Young Carers should be identified as early as possible“⁵⁹) Die Unterstützung von Young Carern geht also deutlich aus der Agenda von Eurocarers hervor.

Wegen dieses Tätigkeitsfeldes, der Nähe zur EU und aufgrund des European Carers Days, der bereits im Vorjahr Young Carer explizit eingeschlossen hat, erscheint dieser auch im Jahr 2021 als geeigneter Anlass, um die Kampagne der Pausentaste zu starten.

57 Vgl. Wir pflegen!, Erster European Carers Day – 6. Oktober 2020, 14.10.2020, [online] <https://www.wir-pflegen.net/113-aktuelles/veranstaltungen/487-erster-european-carers-day-6-oktober-2020> [18.01.2021]

58 eurocarers, in: Leitlinie zur Unterstützung der Rechte pflegender Angehöriger, Institut für Medizin-Soziologie, S. 1

59 eurocarers, in: eurocarers.org, ENABLING CARERS TO CARE, o. J., [online] <https://eurocarers.org/publications/enabling-carers-to-care/> [20.01.2021]

Ausgehend davon, dass auch der European Carers Day im Jahr 2021 im Oktober stattfinden wird, bliebe für die detaillierte Planung und Umsetzung der Kampagne genug Zeit, wodurch dieser Termin zu einem realistischen Starttermin für die geplante Kampagne wird. Außerdem ist davon auszugehen, dass sich die Lage der aktuell vorherrschenden Corona-Pandemie bis dahin beruhigt haben wird, so dass diese bei Planung der Kampagne weitestgehend vernachlässigt werden kann.

Restriktionen

Besonders vor dem Hintergrund, dass die Zielgruppe der Kampagne minderjährig ist, müssen bei der Planung der Kampagne die Richtlinien des deutschen Werberates bezüglich Kinder und Jugendschutz beachtet werden.

Die bereits erwähnte Kampagne des BMFSFJs „Ehrenpflegas“, die im September 2020 mit einer Online-Serie über den Pflegeberuf startete, hat zudem viel öffentliche Kritik erfahren.⁶⁰ Hier gibt es Überschneidungen bei den Zielgruppen beider Kampagnen. Nicht zuletzt deswegen ist es wichtig, den Begriff „Pflege“ in der Kampagne der Pausentaste mit Vorsicht einzusetzen. In vorausgegangen Kampagnen wie „Ehrenpflegas“ bezog sich dieser nämlich stets auf den Pflegeberuf, also auf eine pflegerische Tätigkeit, die von den Pflegenden freiwillig als Erwerbstätigkeit ausgeführt wird. Dies trifft auf Young Carer nicht zu, da sie ihre Position meist unfreiwillig und unvergütet innehaben. Damit sich das Bundesfamilienministerium nicht angreifbar macht, gilt es also den Begriff „Pflege“ dort, wo er nicht zwingend notwendig ist, möglichst zu vermeiden.

Außerdem sollte bedacht werden, dass der Begriff „Young Carer“ in Deutschland noch nicht etabliert zu sein scheint, weshalb er ggf. Erklärung bedarf.

⁶⁰ Vgl. Maas, Sebastian, Fack ju Pflege, in: Spiegel.de, 15.10.2020, [online] <https://www.spiegel.de/start/ehrenpflegas-werbung-des-familienministeriums-sorgt-fuer-aerger-a-15acde52-d587-433a-9a7c-466a71d2709e> [18.01.2021]

Kreation

*Entwicklung einer Kampagnenidee und Konzeption,
sowie Gestaltung der entsprechenden Maßnahmen*

Kampagnenidee: Show that you care

Die Pausentaste fungiert in Kooperation mit der Nummer gegen Kummer und dem Kinder- und Jugendtelefon bereits als digitale Ansprechpartnerin für Young Carer, die nicht wissen, an wen sie sich sonst wenden sollen. Die Notwendigkeit dieser Anlaufstelle rührt augenscheinlich vor allem daher, dass es noch zu wenige sensibilisierte Menschen im Lebensumfeld der Betroffenen gibt, an die sie sich stattdessen wenden könnten. Denn ein jeder, der Verständnis für Young Carer aufbringt, könnte ebenso wie die Pausentaste als Ansprechpartner:in für Young Carer fungieren und ihnen ein offenes Ohr leihen. Letzten Endes ist es genau das, was die beiden Kooperationspartner der Pausentaste machen und was sich Young Carer als Unterstützung primär wünschen: Dass ihnen jemand zuhört und Verständnis zeigt.

Auch wenn ein:e Ansprechpartner:in im selben Alter wie betroffene Young Carer womöglich nicht über die nötigen Kompetenzen verfügt, weitere Schritte einzuleiten, etwa in gravierenden Fällen das Jugendamt einzuschalten, kann er/sie dennoch seine/ihre (emotionale) Unterstützung anbieten und Empfehlungen aussprechen, sich professionelle Hilfe zu suchen. Hier ist es wichtig, der Zielgruppe entsprechende Handlungsempfehlungen nahezu legen. An dieser Stelle bietet es sich an, relevante Teile der bereits vorhandenen Ratgeber, bspw. von „Echt Unersetzlich“, für die junge Zielgruppe zu adaptieren. In jedem Fall würde so dem Bedürfnis der Young Carer nachgekommen werden, „jemanden zum Reden“ zu haben.

Ziel ist es also, durch die Sensibilisierung der Zielgruppe, diese zur emotionalen Unterstützung von Young Carern zu befähigen und zu ermutigen. Auf diese Weise werden aus ihnen junge Unterstützende, sozusagen „Young Supporter“.

Es bietet sich an, im Rahmen der Kampagne diesen englischen Begriff zu etablieren, denn er lässt sich in unmittelbarem Zusammenhang mit dem Begriff Young Carer bringen. Auch bietet dieser mehr Interpretationsspielraum als es bspw. „Junge Unterstützende“ tun würden. So hat sich auch im Deutschen das Wort „Support“ gerade im Zusammenhang mit Online-Dienstleistungen bereits etabliert. Wer bei (technischen) Schwierigkeiten den Support um Rat bittet, hofft darauf, dass dieser sich das Problem anhört und anschließend hilfreiche Ratschläge erteilt, die zur Problemlösung beitragen. Young Supporter sollen dazu befähigt werden, das Gleiche für Young Carer tun zu können.

Die Bereitschaft der Zielgruppe, Young Supporter zu werden und für Young Carer da zu sein, setzt die erfolgreiche Sensibilisierung der Zielgruppe voraus. Es gilt also, Informationen über die Lebenswelt von Young Carern an die Zielgruppe heran zu tragen und gleichzeitig den Mehrwert herauszustellen, den eine Unterstützung dieser für die Zielgruppe mit sich bringt. Schließlich ist davon auszugehen, dass die Aussicht darauf, einen Mehrwert für sich selbst aus dieser Unterstützung ziehen zu können, die Motivation, Young Supporter zu werden, erhöht.

Allerdings sollten Young Carer sich nicht dazu genötigt fühlen, sich einem Young Supporter in ihrem Umfeld anzuvertrauen. Die Initiative dazu sollte immer von den Betroffenen selbst ausgehen. Schließlich ist ihre Situation zu Hause Privatsache. Außerdem kann der Ort „Schule“ gewissermaßen auch als Schutzraum angesehen werden – ein Ort, an dem Young Carer sich einmal nicht um ihre Angehörigen kümmern müssen. Sie sollten deshalb nicht gezwungen werden, sich in diesem Umfeld mit ihrer Pflegeverantwortung zu befassen, wenn sie das nicht wollen.

Deshalb ist es wichtig, dass Young Supporter dazu angehalten werden, sich als solche für Young Carer zu erkennen zu geben. So erhalten Young Carer die Gewissheit, dass es in ihrem Umfeld potenzielle Ansprechpartner:innen in Form von Young Supportern gibt, an die sie sich bei Bedarf wenden können.

Wer sich bisher nicht darüber bewusst war, Young Carer zu sein, weil er/sie diesen Begriff nicht kannte, erhält außerdem die Möglichkeit, sich durch die Bekanntmachung von Young Carern erstmalig als solcher zu identifizieren. Allein das Wissen darüber, dass es in ihrem Umfeld viele Unterstützer:innen und noch andere Young Carer gibt, könnte bereits das Selbstbewusstsein von Young Carern stärken.

Gleichzeitig muss weitestgehend sichergestellt werden, dass Young Supporter ihre Rolle ernst nehmen und das Gespräch mit Young Carern nicht scheuen, sollten diese den Bedarf dazu äußern. Damit dies gelingt, ist es wichtig, möglichst viele Informationen über Young Carer und den Umgang mit ihnen an sie heran zu tragen und sie über die Wichtigkeit ihrer Rolle aufzuklären.

Das Ziel der Kampagne besteht also darin, die Zielgruppe soweit zu sensibilisieren und Informationen an sie heranzutragen, dass sie das Bedürfnis entwickelt, Young Supporter zu werden und damit Young Carer zu unterstützen. Es bietet sich daher an, die Zielgruppe aktiv in die Kampagne einzubinden. Es soll ihr im ersten Schritt möglichst leicht gemacht werden, sich für Young Carer einzusetzen, sodass diese daran Gefallen findet, sich zunehmend stärker mit dem Thema zu befassen.

Kreatividee: Nicht bloß jung.

Zunächst wird der Ansatz verfolgt, Young Carer als Helden darzustellen, denn zumindest für ihre Familien sind sie das auch. Schließlich „retten“ sie den Familienzusammenhalt und gehen regelmäßig an ihre Belastungsgrenze. Wer Young Supporter wird, dem wird in Aussicht gestellt, auf diese Weisen ebenfalls zum Helden zu werden.

Allerdings ist gerade im Zuge der Corona-Pandemie das Bild der Helden zunehmend durch diverse systemrelevante Berufsgruppen belegt. Außerdem würden Young Carer auf diese Weise sehr glorifiziert werden. Zum einen könnte dies ihre Ausgrenzung aus der Gesellschaft begünstigen, denn Helden sind keine „normalen“ Menschen. Zum anderen ist davon auszugehen, dass Helden in der Vorstellung der Zielgruppe eher fiktive fliegende Menschen mit Superkräften sind. Es ist also davon auszugehen, dass die Darstellung von Young Carern als Helden stark von der Realität abweichen und somit die gewünschten Ziele nicht erreicht werden würden.

Dennoch erscheint es sinnvoll, Young Carern die Anerkennung zukommen zu lassen, die ihnen zusteht, ohne alle anderen Jugendlichen weniger besonders dastehen zu lassen. Daher wird der Helden-Ansatz entschärft, indem er mehr in die Lebenswelt von Jugendlichen übertragen wird.

Auch wenn man es der „Jugend von heute“ gerne vorwirft: Teenager sind nicht einfach bloß sorglose junge Menschen, die sich primär mit sich selbst beschäftigen. 480.000 von ihnen tragen als Young Carer zusätzlich noch eine enorme Verantwortung für ihre Familie. Das macht sie zu einer besonderen Gruppe in der Gesellschaft, die „nicht bloß jung“ ist, sondern aufgrund ihrer zusätzlichen Leistung größte Wertschätzung verdient.

Die Kampagne hat es zum Ziel, die Notwendigkeit dieser Wertschätzung heraus zu stellen. Daher klärt sie anhand von Alltagssituationen, mit denen sich jede:r Jugendliche identifizieren kann, darüber auf, welche Leistungen Young Carer erbringen. Sie appelliert an die Zielgruppe, ebenfalls „nicht bloß jung“ zu bleiben, sondern Young Supporter zu werden, denn ihre Wertschätzung für Young Carer ist unabdingbar für deren Unterstützung. Auf diese Weise werden Young Supporter für Young Carer genauso unentbehrlich, wie es Young Carer für ihre Familien sind.

Geplante Maßnahmen

Aufgrund der hohen Affinität der Zielgruppe zu sozialen Medien und dem genauen Targeting, das diese bieten, sind vor allem Maßnahmen auf beliebten Plattformen wie Instagram, Snapchat, TikTok, und Facebook geplant. Unterstützt werden diese durch Platzierungen von Werbeplakaten in unterschiedlichen Formaten dort, wo sich die Zielgruppe primär aufhält.

Gleichzeitig sollen Young Supporter dazu angehalten werden, sich als solche zu erkennen zu geben, indem sie das eigens für die Kampagne entwickelte Young Supporter Armband tragen. Dieses erhalten sie über die kostenlose Bestellung der Young Supporter Box, welche zusätzlich Marketingmaterial enthält.

Die Maßnahmen klären über die Existenz und die Leistungen von Young Carern auf und halten die Zielgruppe zu deren Unterstützung an. Damit auch die Presse über die Kampagne selbst berichtet, gilt es außerdem, PR-Maßnahmen zu planen, die für mediale Aufmerksamkeit sorgen.

Website

Alle Maßnahmen verweisen über niedrigschwellige Wege auf die Kampagnenwebsite. Sie klärt ansprechend über das Phänomen der Young Carer auf und zeigt, warum es so wichtig ist, Young Supporter zu werden und sich als solche zu erkennen zu geben. Die Kampagnenwebsite hat keine eigene Domain, sondern wird auf pausentaste.de/nichtbloßung eingebettet. So kann sicher gestellt werden, dass die Kampagne stets in Zusammenhang mit der Pausentaste gebracht wird. Auf diese Weise lässt sich auch das Wissen über das bereits existierende Hilfsangebot der Pausentaste bei Young Carern verbreiten. Nutzer:innen von [Pausentaste.de](https://pausentaste.de) gelangen außerdem über den neuen Reiter „Für Supporter“ auf die Kampagnenwebsite. Mit „Kampagnenwebsite“ ist im Folgenden immer pausentaste.de/nichtbloßung gemeint.

Davon ausgehend, dass die Zielgruppe in erster Linie von ihren Smartphones aus auf die Website zugreifen wird, liegt der gestalterische Fokus auf der mobilen Ansicht der Website.



*den Prototypen
ausprobieren*

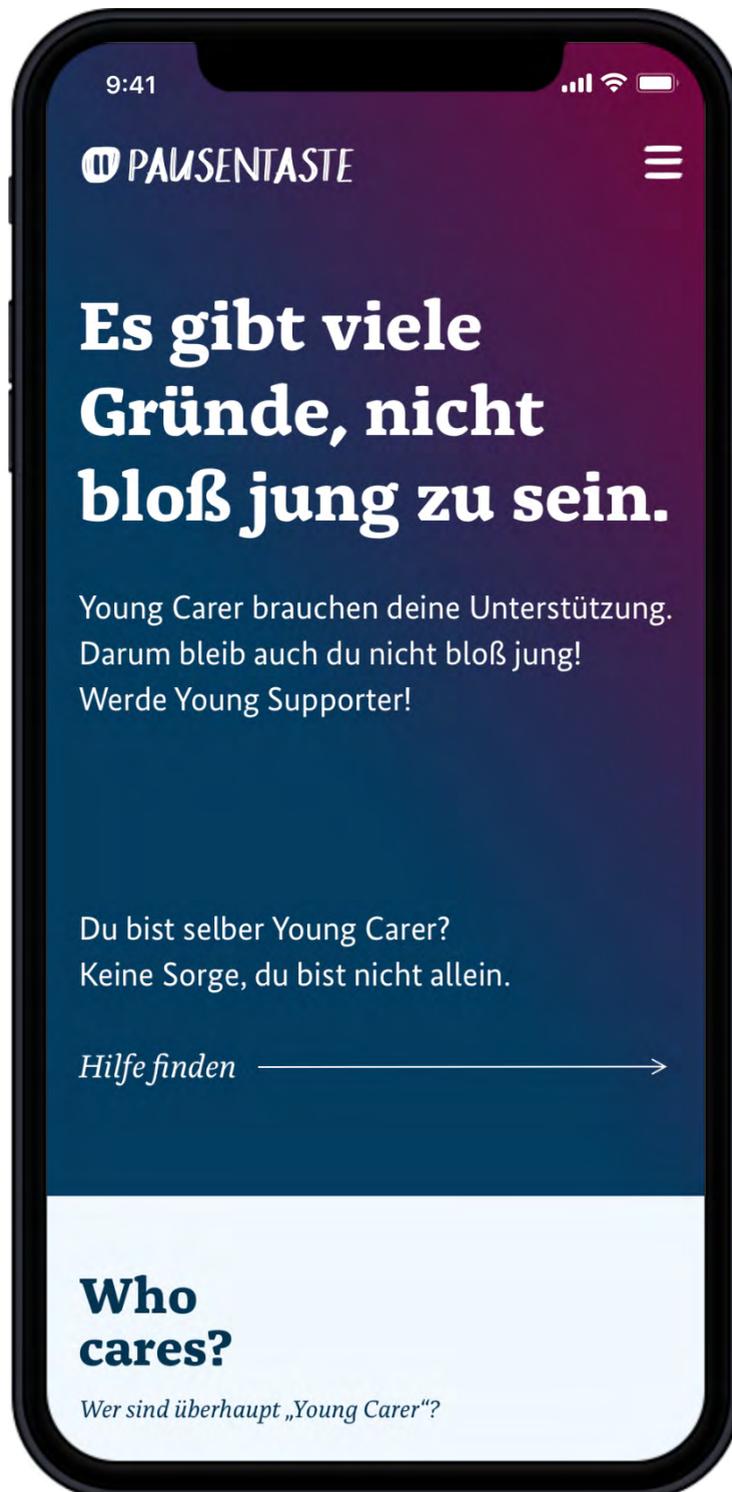


Abb. 27: Startscreen der Kampagnenwebsite

Screenshot: invisionapp.com

Übersicht:

Die Kampagnenwebsite informiert die Zielgruppe in drei Schritten über Young Carer und das Ziel der Kampagne. Da sowohl „Young Carer“ als auch „Young Supporter“ englische Begriffe sind und davon auszugehen ist, dass die Zielgruppe die englische Sprache als „cool“ empfindet, bietet sich das Arbeiten mit englischsprachigen Überschriften an. Dabei wird darauf geachtet, dass diese auch für Menschen mit einem einfachen englischen Sprachniveau verständlich sind. Wichtige Informationen, die unmissverständlich an die Zielgruppe herangetragen werden sollen, werden hingegen auf Deutsch unterbreitet.

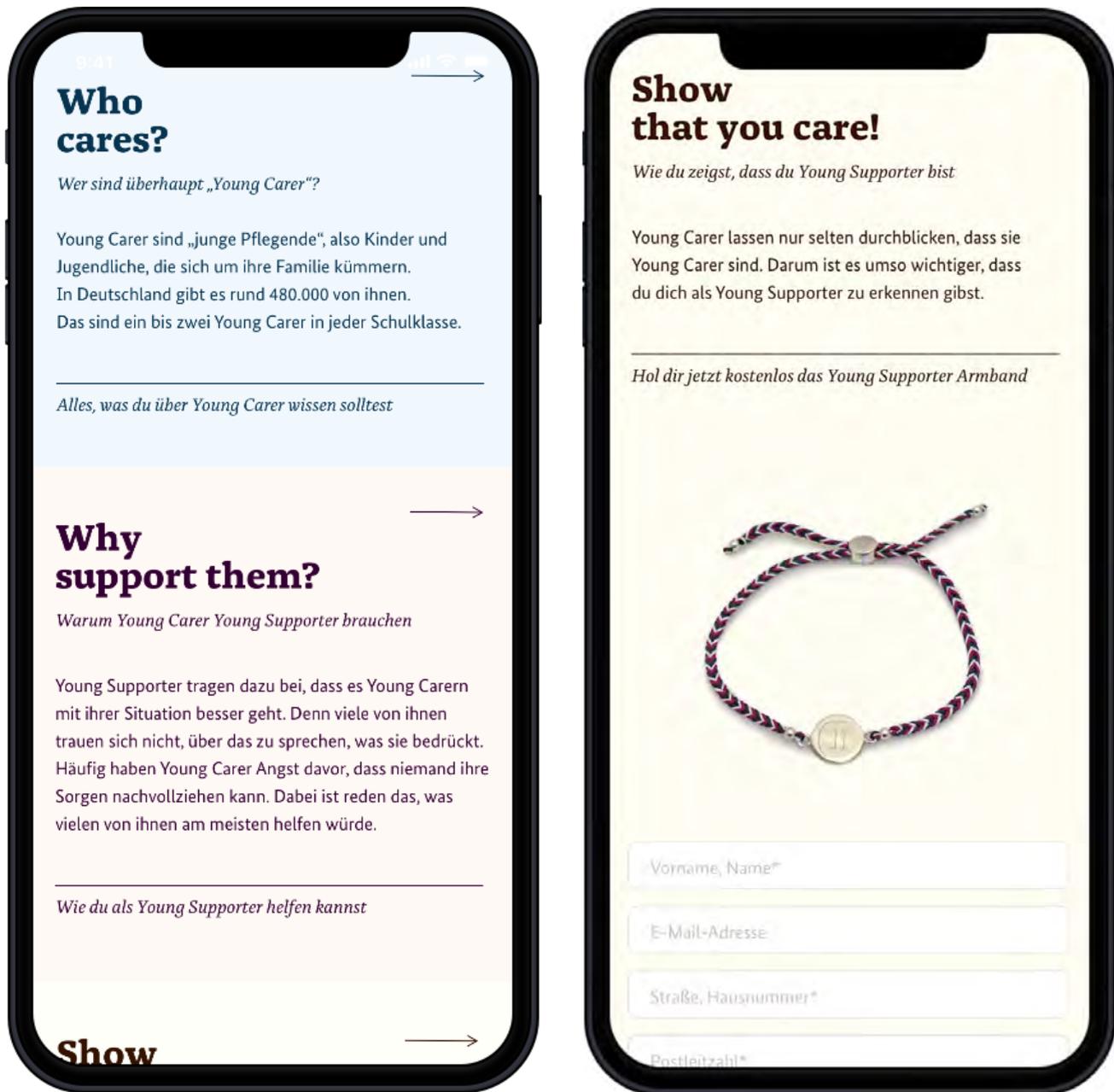


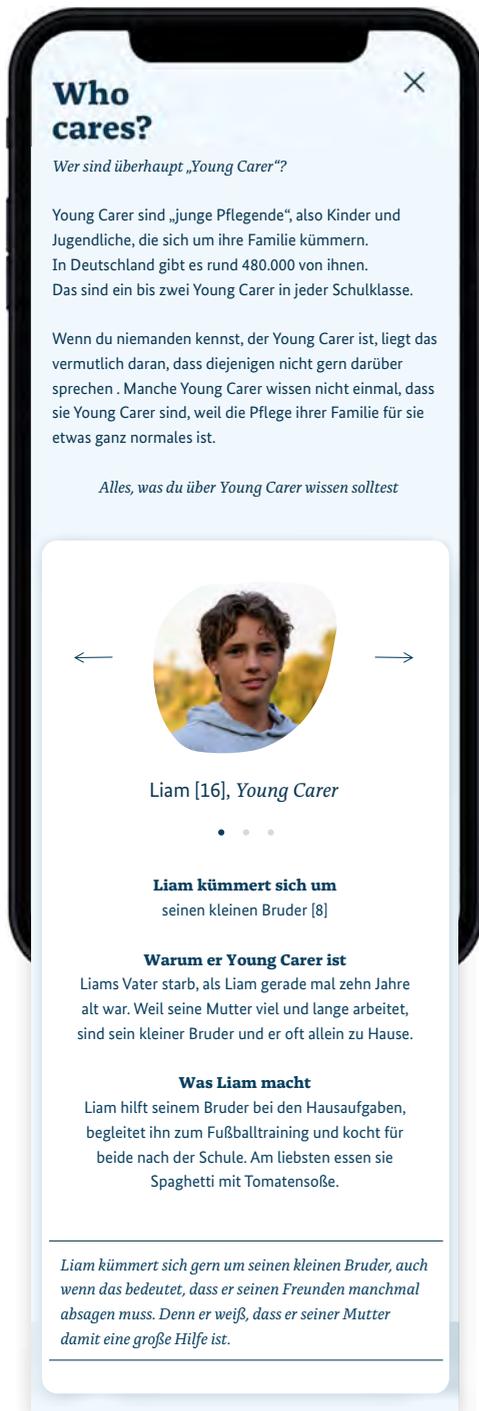
Abb. 27.1: Screenshot der Kampagnenwebsite

Screenshot: invisionapp.com

Who cares:

Unter „Who cares? – Wer sind überhaupt ‚Young Carer‘?“ erhält man wissenswerte, extra für die Zielgruppe aufbereitete Informationen über Young Carer. Zunächst werden einige Young Carer in Steckbriefen und Videos vorgestellt. Darin sollten die Lebensumstände echter Young Carer portraitiert werden. Interessierte erfahren außerdem, ob es mehr männliche oder weibliche Young Carer gibt, um wen sie sich statistisch gesehen am häufigsten kümmern und wie es ihnen damit ergeht. Außerdem erfährt man, welche Aufgaben Young Carer konkret übernehmen.

Der Titel „Who cares?“ ist dabei ein sprachenübergreifendes Wortspiel. Es lässt sich gleichermaßen mit „Wer kümmert sich?“ sowie mit „Wen kümmert's?“ übersetzen und spielt damit darauf an, dass Young Carer bisher kaum öffentliche Beachtung gefunden haben.



Was fast alle Young Carer ohne fremde Hilfe leisten

Haushalt
Young Carer putzen, machen die Wäsche und gehen einkaufen

Medikation
Sie sorgen dafür, dass die Person, um die sie sich kümmern, ihre Medikamente nimmt.

Medikation
Sie sorgen dafür, dass die Person, um die sie sich kümmern, ihre Medikamente nimmt.

Mobilisation
Young Carer helfen beim aufstehen, hinsetzen, hinlegen und schieben ggf. den Rollstuhl

Kleidung
Sie helfen körperlich beeinträchtigten Familienmitgliedern beim An- und Ausziehen der Kleidung.

Körper- und Intimpflege
Young Carer helfen ihren Angehörigen dabei, sich zu waschen und begleiten sie zur Toilette.

Ernährung
Sie schneiden das Essen in mundgerechte Stücke und verabreichen die Nahrung auch.

Welche dieser Aufgaben Young Carer übernehmen hängt von der Beeinträchtigung der zu umsorgenden Person ab. Ein Familienmitglied, das im Rollstuhl sitzt, braucht bspw. eine andere Form von Unterstützung als eines, das eine geistige Behinderung hat.

Abb. 28: Screenshot der Unterseite „who cares?“

Screenshot: invisionapp.com
Icons: Flaticon.com

Why support them:

Unter „Why Support them? – Warum Young Carer Young Supporter brauchen“ wird hervorgehoben, weshalb die Unterstützung durch Young Supporter so wichtig für Young Carer ist. So soll der Zielgruppe das Gefühl gegeben werden, unentbehrlich für Young Carer zu sein. Außerdem wird näher ausgeführt, wie der Support aussehen könnte. Diese Ausführung ist in drei Unterpunkte aufgeteilt: „Sei aufmerksam“, „Hab Verständnis“ und „Sei für Young Carer da“.

Die jeweiligen Unterpunkte werden anhand konkreter Beispiele in einer eigenen Slideshow näher ausgeführt und bieten angehenden Young Supportern die Möglichkeit, sich tiefer in Young Carer hineinzuversetzen. Die Ratschläge orientieren sich dabei an dem bereits erwähnten Ratgeber „Wenn Jugendliche sich um kranke Angehörige kümmern“ des Diakonischen Werkes Berlin Stadtmitte e.V..

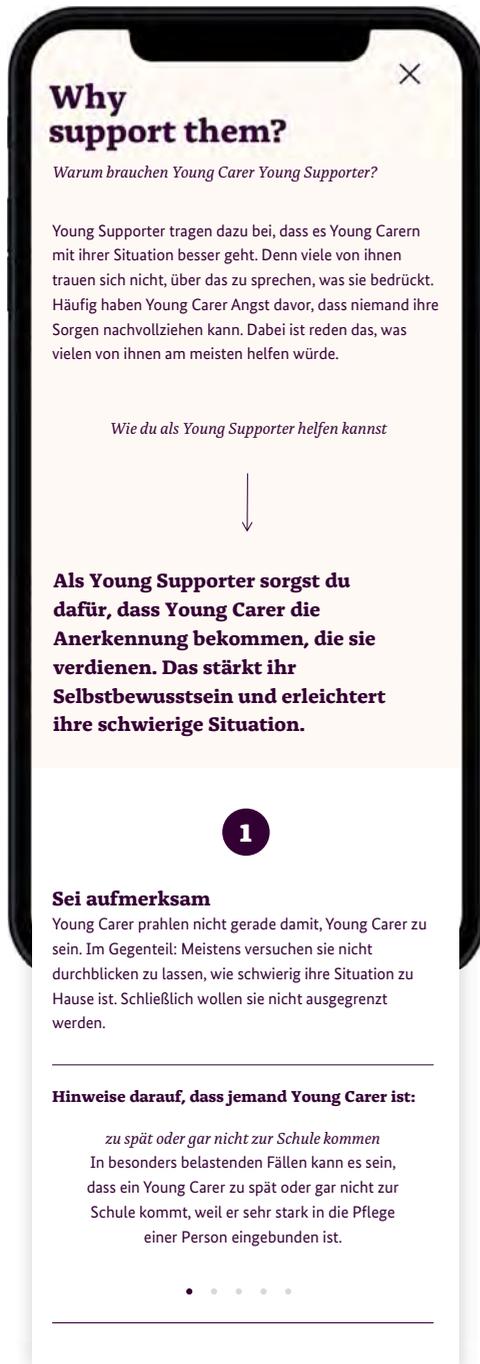
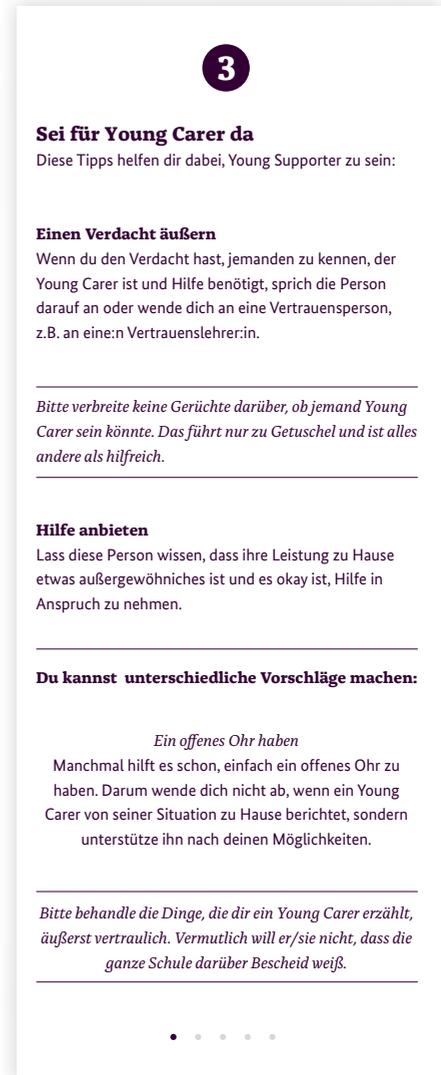
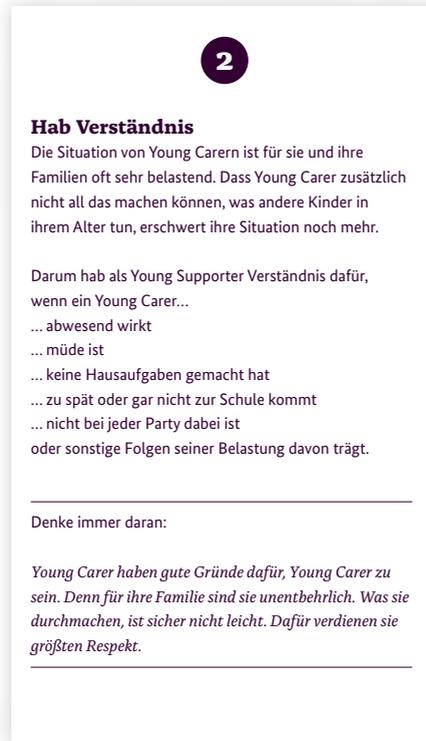


Abb. 29: Screenshot der Unterseite „Why support them?“

Screenshot: invisionapp.com



Show that you care:

Im letzten Schritt wird die Zielgruppe unter „Show that you care! Wie du zeigst, dass du Young Supporter bist“ dazu aufgefordert, sich kostenlos das eigens für die Kampagne entworfene Young Supporter Armband zu bestellen. Die Bestellung erfolgt direkt auf der Kampagnenwebsite. Diese könnte der Publikationsversand der Bundesregierung oder aber ein Drittanbieter verwalten.

Die dazugehörige Bestellbestätigung ist ansprechend gestaltet und enthält mit dem Hinweis „sharing is caring“ die Möglichkeit, die soeben getätigte Bestellung in den sozialen Medien zu teilen. So können sich Young Supporter auch vor Erhalt des Armbands als Young Supporter präsentieren und tragen damit zur Verbreitung der Kampagne bei.

Zu einem späteren Zeitpunkt können Young Supporter dann ihren Young Supporter Ausweis, den sie zusammen mit dem Young Supporter Armband erhalten, auf der Kampagnenwebsite registrieren. Dieser Vorgang ist freiwillig und dient vor allem dazu, dem Engagement als Young Supporter eine wertige, offizielle Komponente zu verleihen. Man erfährt daraufhin, der wievielte Young Supporter man bereits ist. So soll Young Supportern das Gefühl vermittelt werden, Teil einer Art Jugendbewegung zu sein.

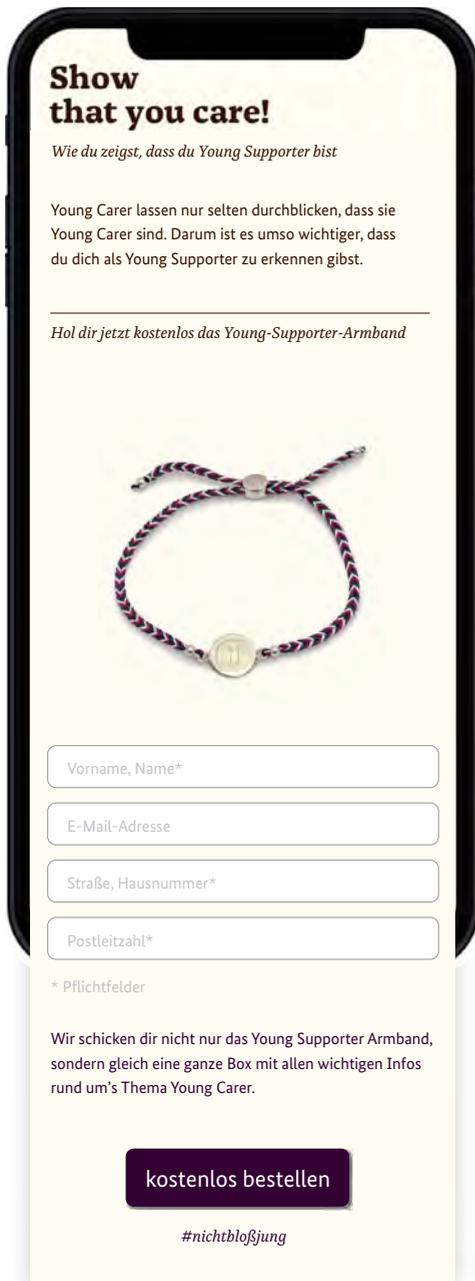


Abb. 30: Screenshot der Unterseite „Bestellbestätigung“

Screenshot: invisionapp.com

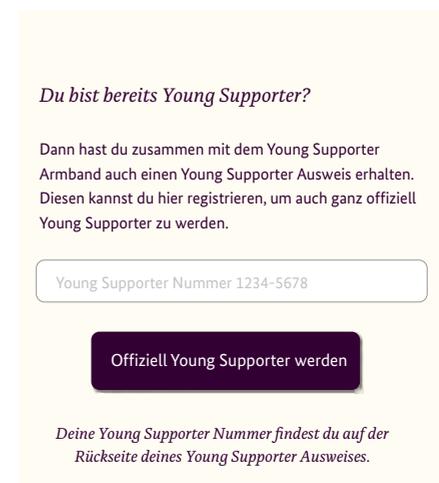


Abb. 31: Screenshot der Unterseite „Show that you Care?“

Screenshot: invisionapp.com

Spread the word:

Außerdem findet sich auf der Kampagnenwebsite der Aufruf, unter dem Hashtag #nichtbloßjung über die Kampagne in den sozialen Medien zu berichten. Ähnlich wie bei The Carers Foundation können an dieser Stelle Beiträge gesammelt werden, die plattformübergreifend unter dem Hashtag #nichtbloßjung gepostet wurden. Darunter sollten sich auch die Beiträge der kooperierenden Influencer befinden.

Im Footer befinden sich so wie auf pausentaste.de Shortcuts zu Themen, die die Nutzer:innen ebenfalls interessieren könnten, sowie ein Verweis auf die Unterseite „Hilfe“.

An dieser Stelle außerdem Assets oder Filter bereitzustellen, die man in den sozialen Medien teilen kann, erscheint dabei nicht sinnvoll. Zwar wäre dies ein einfacher und attraktiver Weg für Young Supporter, sich als solche in den sozialen Medien zu präsentieren, was wiederum zu einer höheren Reichweite der Kampagne führen würde. Allerdings ist davon auszugehen, dass diejenigen, die „nur“ ein Bild in den sozialen Medien posten und sich nicht näher mit dem Thema Young Carer auseinandersetzen, keine wahre Hilfe für Young Carer darstellen.



Abb. 32: Screenshot der Unterseite „Spread the word!“

Screenshot: invisionapp.com

Young Supporter Armband

Das Young Supporter Armband soll von den Young Supportern getragen werden und fungiert als Erkennungszeichen, sodass Young Carer wissen, an wen sie sich bei Bedarf wenden können. Es kann kostenlos auf der Kampagnenwebsite bestellt werden.

Farblich ist das Band an pausentaste.de angelehnt. Es ist geschlechtsneutral gestaltet und größenverstellbar, sodass es der breiten Masse zusagt. Mit seinem geflochtenen Band erinnert es an Freundschaftsarmbänder, was eine Assoziation mit Zuneigung und Fürsorge begünstigt. Auf dem 12 mm großen Emblem ist das Logo der Pausentaste eingraviert. Es verknüpft das Armband unweigerlich mit dem Angebot der Pausentaste und ist ein Hinweis darauf, dass das Gespräch mit einem Young Supporter Young Carern die Möglichkeit bietet, im Sinne der Pausentaste eine Pause vom Pflegealltag einzulegen.

Je mehr Jugendliche sich so durch das Armband als Young Supporter zu erkennen geben, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass auch das Interesse von Außenstehenden an der Kampagne geweckt wird. Womöglich lässt sich so auf lange Sicht sogar ein Trend etablieren, der andere Jugendliche dazu anregt, sich ebenfalls mit Young Carern auseinander zu setzen und Young Supporter zu werden.



Abb. 33: Beispielhafte Gestaltung des Young Supporter Armbands

Original Bild: Hiho Silver, Exclusive Sterling Silver British Eventing Friendship Bracelet

Young Supporter Box

Bestellt jemand ein Young Supporter Armband über pausentaste.de/nichtbloßjung, erhält er/sie innerhalb weniger Tage eine Box, welche nicht bloß das Armband, sondern auch Informationsmaterial zum Thema Young Carer enthält. Der Versand seitens der Pausentaste sollte möglichst zeitnah auf die Bestellung erfolgen, sodass die Euphorie über diese nicht abebbt.

Die ganzheitliche Gestaltung der Box spiegelt den Stil der Kampagne wider und greift auch ihren Sprachduktus auf. So deutet bspw. die Bedruckung der Box darauf hin, dass Young Supporter „nicht bloß“ eine Box erhalten. Diese besteht aus einer hochwertig gestalteten Schachtel mit aufklapbarem Deckel.



Abb. 34: Mock-Up der Young Supporter Box

Mock-Up: freepik.com

Aufkleber:

Öffnet man die Box, so erkennt man nicht sofort ihren Inhalt. Dieser ist mit Seidenpapier umwickelt, welches mit einem Aufkleber zusammengehalten wird. Auf diesem befindet sich die Aufforderung, den Erhalt der Box mit seinen Freunden in den sozialen Medien unter dem Hashtag #nichtbloßjung zu teilen. So wird es der Zielgruppe erleichtert, den ersten Schritt zu wagen und aktiv für die Unterstützung von Young Carern einzutreten. Zusätzlich wird so die Reichweite der Kampagne erhöht. Entfernt man diesen Aufkleber, offenbart sich der Inhalt der Box.

Young Supporter Armband:

In erster Linie erhalten Young Supporter mit der Box ihr Young Supporter Armband. Dieses befindet sich nicht lose in der Box sondern ist auf Kartonpapier befestigt. Auf diesem wird darauf hingewiesen, dass es sich bei dem Armband um das Erkennungszeichen handelt, welches Young Carern zeigt, dass es sich bei der Person, die es trägt, um einen Young Supporter handelt.

*Danke, dass du dir das
Young Supporter Armband
bestellt hast!*

Um noch mehr Menschen dazu zu
motivieren, Young Supporter zu
werden, teile den Erhalt dieser Box
online mit deinen Freunden!

*#nichtbloßjung
@bmfsfj*

*Abb. 35:
Aufkleber, der dazu anhält,
den Erhalt der Box online zu teilen
ø 80mm*

nicht bloß ein Armband

Dieses Armband ist das Erkennungszeichen der
Young Supporter. Trage es, um zu zeigen, dass
du für Young Carer da bist.



*Abb. 36:
Young Supporter Armband mit
dem Hinweis, wozu es dient*

Unisex & Unisize Armband
(Emblem: 12 mm ø)
Auf Karton (90x 90 mm)

Steckbriefe:

Zusätzlich liegt jeder Box jeweils ein Steckbrief eines (fiktiven) Young Carers bei. Diesen gibt es in unterschiedlichen Ausführungen, sodass sich Young Supporter besonders auf einen bestimmten „Fall“ konzentrieren und sich untereinander darüber austauschen können. So erfährt man, warum jemand Young Carer ist, welche Aufgaben die Person deshalb übernimmt und wie es ihr damit ergeht. Alle Steckbriefe findet man zudem auf der Kampagnenwebsite unter „Who cares?“. Analog zur Realität sollen die Steckbriefe etwa zu zwei Dritteln Mädchen, zu einem Drittel Jungen portraitieren.

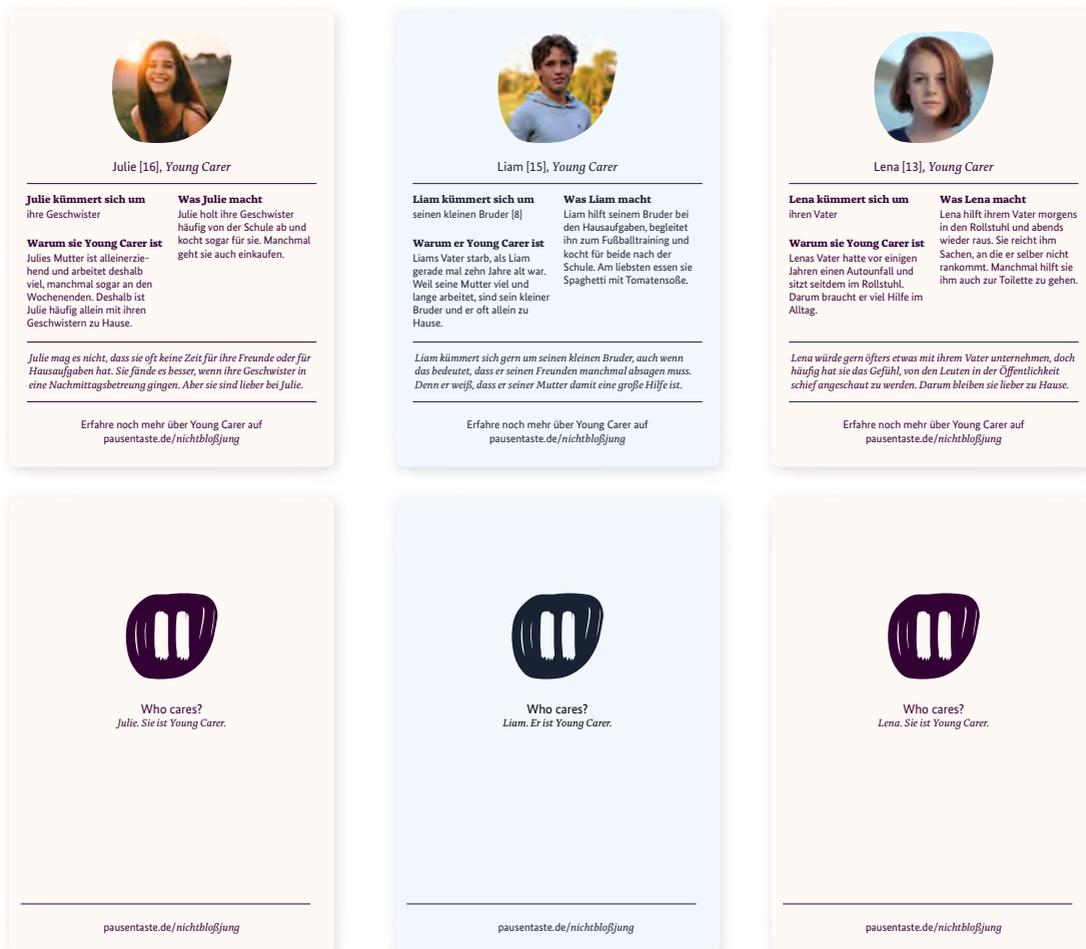


Abb. 37 : Miniaturansichten: Young Carer Steckbriefe

Vorder- und Rückseite

Bildquellen (v.l.n.r.): Hian Oliveira, Lisa Wall, Christopher Campbell, (Unsplash.com)



Julie [16], *Young Carer*

Julie kümmert sich um

ihre Geschwister

Warum sie Young Carer ist

Julies Mutter ist alleinerziehend und arbeitet deshalb viel, manchmal sogar an den Wochenenden. Deshalb ist Julie häufig allein mit ihren Geschwistern zu Hause.

Was Julie macht

Julie holt ihre Geschwister häufig von der Schule ab und kocht sogar für sie. Manchmal geht sie auch einkaufen.

Julie mag es nicht, dass sie oft keine Zeit für ihre Freunde oder für Hausaufgaben hat. Sie fände es besser, wenn ihre Geschwister in eine Nachmittagsbetreuung gingen. Aber sie sind lieber bei Julie.

Erfahre noch mehr über Young Carer auf
pausentaste.de/nichtbloßjung



Who cares?
Julie. Sie ist Young Carer.

pausentaste.de/nichtbloßjung

Abb. 38: Young Carer Steckbriefe, Beispiel Julie

Vorder- und Rückseite

Bildquelle: Hian Oliveira, (Unsplash.com)

Des Weiteren erhalten Young Supporter mit der Box einen kurzen Ratgeber, wie sie einem Young Carer gegenüber treten können. Inhaltlich entspricht dieser den Ausführungen auf der Kampagnenwebsite unter „Why support them?“ und ist ebenfalls in die Unterpunkte „Sei aufmerksam“, „Hab Verständnis“ und „Sei für Young Carer da“ eingeteilt.

Die Handlungsaufforderungen unter „3 Biete deinen Support an“ sind dabei nach ihrem potenziellen Aufwand für Young Supporter geordnet (v.l.n.r. wenig Aufwand – viel Aufwand)



Die Inhalte dieser Broschüre orientieren sich an dem Ratgeber unseres Netzwerkpartners Diakonisches Werk Berlin Stadtmitte e.V. „Wenn Jugendliche sich um kranke Angehörige kümmern“ aus dem Jahr 2019.

Übersicht

Wenn du nicht so richtig weißt, wie du Young Carern helfen kannst, folge einfach diesen drei Schritten:

Sei aufmerksam

Young Carer prahlen nicht gerade damit, Young Carer zu sein. Im Gegenteil: Meistens versuchen sie, nicht durchblicken zu lassen, wie schwierig ihre Situation zu Hause ist. Wundere dich also nicht, wenn dir auf Anhieb kein Young Carer aus deiner Umgebung einfällt.

Young Carer erkennen 02

Hab Verständnis

Die Situation von Young Carern ist für sie und ihre Familien oft sehr belastend. Dass Young Carer zusätzlich nicht all das machen können, was andere Kinder in ihrem Alter tun, erschwert ihre Situation noch mehr. Sei also nachsichtig mit ihnen.

Besonderheiten von Young Carern 03

Biete deinen Support an

Lass Young Carer wissen, dass ihre Leistung zu Hause etwas außergewöhnliches ist und es okay ist, Hilfe in Anspruch zu nehmen. Wenn sie dich brauchen, sei für sie da.

Was Young Carern helfen kann 04

1 Sei aufmerksam

Statistisch gesehen gibt es 1 – 2 Young Carer in jeder Schulklasse, also vermutlich auch in deiner. Das sind häufige Hinweise darauf, dass jemand Young Carer ist:

Jemand kommt zu spät oder gar nicht zur Schule

In besonders belastenden Fällen kann es sein, dass ein Young Carer zu spät oder gar nicht zu Schule kommt, weil er sehr stark in die Pflege einer Person eingebunden ist.

Jemand ist ständig müde

Manchmal benötigen Familienmitglieder auch nachts Hilfe, sodass Young Carer am nächsten Tag nicht ausgeschlafen sind.

02

Jemand kommt trotz Einladung nie zu Partys

Young Carer sind oft auch am Wochenende in die Pflege ihrer Angehörigen eingebunden. Deshalb sagen sie Freunden häufige mal ab

Jemand wirkt häufig geistig abwesend

Geht es einem Familienmitglied nicht gut, sind Young Carer gedanklich jederzeit bei ihm. Sie wirken dann häufig gedankenverloren.

Jemand macht nur selten Hausaufgaben

Teilweise haben Young Carer so viel zu tun, dass sie schlicht und ergreifend keine Zeit dafür haben, alle Hausaufgaben zu erledigen.

Wenn du den Verdacht hast, dass jemand Young Carer ist und Hilfe benötigt, sprich die Person vorsichtig darauf an oder wende dich an eine Vertrauensperson, z.B. an einen Vertrauenslehrer:in!

2 Hab Verständnis

Young Carer haben gute Gründe dafür, Young Carer zu sein. Denn für ihre Familie sind sie unentbehrlich. Was sie durchmachen, ist sicherlich nicht leicht. Dafür verdienen sie unseren größten Respekt.

Denke immer daran:

Die Situation eines jeden Young Carers ist anders und nicht jeder spricht gern darüber. Versuche also nicht zwanghaft, jemanden als Young Carer zu „entlarven“.

Young Carer versuchen meistens, sich möglichst unauffällig zu verhalten. Deshalb sind alle Hinweise keine Garantie dafür, dass tatsächlich jemand Young Carer ist. Daher verbreite bitte keine Gerüchte darüber, ob jemand Young Carer sein könnte. Das führt nur zu Getuschel und

ist alles andere als hilfreich. Dennoch: Jemand, der diese Auffälligkeiten zeigt, könnte ein Young Carer sein. Daher verurteile niemanden dafür, wenn er/sie zum Beispiel damit durchkommt, keine Hausaufgaben gemacht zu haben.

03

3 Biete deinen Support an

Hier sind ein paar konkrete Vorschläge dafür, wie du Young Carer unterstützen kannst:

Online-Angebote

Empfehl Young Carern unser Angebot der Pausentaste. Dort finden Young Carer hilfreiche Tipps, sowie die Möglichkeit, kostenlose Beratungstermine bei der Nummer gegen Kummer und dem Kinder- und Jugendtelefon wahrzunehmen.

Bitte respektiere es, wenn die Person keine Hilfe in Anspruch nehmen möchte. Es ist okay, wenn sie nicht möchte, dass sich jemand zu Hause einmisch.

04

Ein offenes Ohr haben

Manchmal hilft es schon, einfach ein offenes Ohr zu haben. Darum wende dich nicht ab, wenn ein Young Carer von seiner Situation zu Hause berichtet, sondern unterstütze ihn nach deinen Möglichkeiten.

Bitte behandle die Dinge, die dir ein Young Carer erzählt, äußerst vertraulich. Vermutlich will er/sie nicht, dass die ganze Schule darüber Bescheid weiß.

Gib dich zu erkennen

Trage das Young Supporter Armband, wann immer du unter Leute gehst. Erkläre ihnen ruhig, was es damit auf sich hat. Je mehr Leute Young Supporter werden wollen, desto besser!

Für Young Carer ist es wichtig zu wissen, wer in ihrer Umgebung Young Supporter ist. So erkennen sie, an wen sie sich bei Bedarf wenden können.

Einsatz

Wenn du das Gefühl hast, ein Young Carer wird von jemandem unfair behandelt, zum Beispiel weil er/sie keine Hausaufgaben gemacht hat, stärke ihm/ihr den Rücken.

Young Carer zu sein ist kein Freifahrtsschein dafür, die Schule zu vernachlässigen. Leider geht es für sie manchmal nicht anders. Dafür sollte ein jeder Verständnis haben.

Beistand

Wenn ihr euch nahe steht, frage, ob du irgendetwas für die Person tun kannst. Vielleicht hilft es ihr, wenn du sie bspw. bei Besuchen im Krankenhaus begleitest.

Achte darauf, dass du dich bei deiner Hilfe nicht auch noch selbst belastest. Leiste nur soweit Beistand, wie du dich dabei wohl fühlst.

Gemeinsame Aktivitäten

Viele Young Carer wünschen sich, einfach mal den Kopf frei zu bekommen. Wenn es die Zeit zulässt, geht doch mal zusammen ins Kino, zum Sport oder trifft euch einfach zu einem gemütlichen Abend mit Freunden.

Beachte, dass nicht alle Young Carer den ganzen Tag lang von zu Hause weg sein können. Plant am besten Aktivitäten, die zeitlich flexibel sind.

05

Abb. 39: Miniaturansichten: Broschüre für Young Supporter Ansicht der Innenseiten



Abb. 40: Umschlag: Broschüre für Young Supporter
Einzelseite: DIN A5 quer, geklammert

Klasse, du bist jetzt ein Young Supporter!

Aber was bedeutet das eigentlich?

In dieser Broschüre erfährst du, wie du als
Young Supporter für Young Carer da sein kannst.

 **PAUSENTASTE**



Abb. 41: Erste Doppelseite der Broschüre für Young Supporter

Übersicht

Wenn du nicht so richtig weißt, wie du Young Carern helfen kannst, folge einfach diesen drei Schritten:

Sei aufmerksam

Young Carer prahlen nicht gerade damit, Young Carer zu sein. Im Gegenteil: Meistens versuchen sie, nicht durchblicken zu lassen, wie schwierig ihre Situation zu Hause ist. Wundere dich also nicht, wenn dir auf Anhieb kein Young Carer aus deiner Umgebung einfällt.

Young Carer erkennen
02

Hab Verständnis

Die Situation von Young Carern ist für sie und ihre Familien oft sehr belastend. Dass Young Carer zusätzlich nicht all das machen können, was andere Kinder in ihrem Alter tun, erschwert ihre Situation noch mehr. Sei also nachsichtig mit ihnen.

Besonderheiten von Young Carern
03

Biete deinen Support an

Lass Young Carer wissen, dass ihre Leistung zu Hause etwas außergewöhnliches ist und es okay ist, Hilfe in Anspruch zu nehmen. Wenn sie dich brauchen, sei für sie da.

Was Young Carern helfen kann
04

1 Sei aufmerksam

Statistisch gesehen gibt es 1 – 2 Young Carer in jeder Schulklasse, also vermutlich auch in deiner. Das sind häufige Hinweise darauf, dass jemand Young Carer ist:

Jemand kommt zu spät oder gar nicht zur Schule

In besonders belastenden Fällen kann es sein, dass ein Young Carer zu spät oder gar nicht zu Schule kommt, weil er sehr stark in die Pflege einer Person eingebunden ist.

Jemand ist ständig müde

Manchmal benötigen Familienmitglieder auch nachts Hilfe, sodass Young Carer am nächsten Tag nicht ausgeschlafen sind.

Jemand kommt trotz Einladung nie zu Partys

Young Carer sind oft auch am Wochenende in die Pflege ihrer Angehörigen eingebunden. Deshalb sagen sie Freunden häufige mal ab

Jemand wirkt häufig geistig abwesend

Geht es einem Familienmitglied nicht gut, sind Young Carer gedanklich jederzeit bei ihm. Sie wirken dann häufig gedankenverloren.

Jemand macht nur selten Hausaufgaben

Teilweise haben Young Carer so viel zu tun, dass sie schlicht und ergreifend keine Zeit dafür haben, alle Hausaufgaben zu erledigen.

Wenn du den Verdacht hast, dass jemand Young Carer ist und Hilfe benötigt, sprich die Person vorsichtig darauf an oder wende dich an eine Vertrauensperson, z.B. an eine:n Vertrauenslehrer:in!

02

Abb. 42: Zweite Doppelseite der Broschüre für Young Supporter

2 Hab Verständnis

Young Carer haben gute Gründe dafür, Young Carer zu sein. Denn für ihre Familie sind sie unentbehrlich. Was sie durchmachen, ist sicherlich nicht leicht. Dafür verdienen sie unseren größten Respekt.

Denke immer daran:

Die Situation eines jeden Young Carers ist anders und nicht jeder spricht gern darüber. Versuche also nicht zwanghaft, jemanden als Young Carer zu „entlarven“.

Young Carer versuchen meistens, sich möglichst unauffällig zu verhalten. Deshalb sind alle Hinweise keine Garantie dafür, dass tatsächlich jemand Young Carer ist. Daher verbreite bitte keine Gerüchte darüber, ob jemand Young Carer sein könnte. Das führt nur zu Getuschel und

ist alles andere als hilfreich. Dennoch: Jemand, der diese Auffälligkeiten zeigt, könnte ein Young Carer sein. Daher verurteile niemanden dafür, wenn er/sie zum Beispiel damit durchkommt, keine Hausaufgaben gemacht zu haben.

3 Biete deinen Support an

Hier sind ein paar konkrete Vorschläge dafür, wie du Young Carer unterstützen kannst:

Online-Angebote

Empfehl Young Carern unser Angebot der Pausentaste. Dort finden Young Carer hilfreiche Tipps, sowie die Möglichkeit, kostenlose Beratungstermine bei der Nummer gegen Kummer und dem Kinder- und Jugendtelefon wahrzunehmen.

Bitte respektiere es, wenn die Person keine Hilfe in Anspruch nehmen möchte. Es ist okay, wenn sie nicht möchte, dass sich jemand zu Hause einmisch.

Ein offenes Ohr haben

Manchmal hilft es schon, einfach ein offenes Ohr zu haben. Darum wende dich nicht ab, wenn ein Young Carer von seiner Situation zu Hause berichtet, sondern unterstütze ihn nach deinen Möglichkeiten.

Bitte behandle die Dinge, die dir ein Young Carer erzählt, äußerst vertraulich. Vermutlich will er/sie nicht, dass die ganze Schule darüber Bescheid weiß.

Gib dich zu erkennen

Trage das Young Supporter Armband, wann immer du unter Leute gehst. Erkläre ihnen ruhig, was es damit auf sich hat. Je mehr Leute Young Supporter werden wollen, desto besser!

Für Young Carer ist es wichtig zu wissen, wer in ihrer Umgebung Young Supporter ist. So erkennen sie, an wen sie sich bei Bedarf wenden können.

04

Abb. 43: Zweite Doppelseite der Broschüre für Young Supporter

Einsatz

Wenn du das Gefühl hast, ein Young Carer wird von jemandem unfair behandelt, zum Beispiel weil er/sie keine Hausaufgaben gemacht hat, stärke ihm/ihr den Rücken.

Young Carer zu sein ist kein Freifahrtsschein dafür, die Schule zu vernachlässigen. Leider geht es für sie manchmal nicht anders. Dafür sollte ein jeder Verständnis haben.

Beistand

Wenn ihr euch nahe steht, frage, ob du irgendetwas für die Person tun kannst. Vielleicht hilft es ihr, wenn du sie bspw. bei Besuchen im Krankenhaus begleitest.

Achte darauf, dass du dich bei deiner Hilfe nicht auch noch selbst belastest. Leiste nur soweit Beistand, wie du dich dabei wohl fühlst.

Gemeinsame Aktivitäten

Viele Young Carer wünschen sich, einfach mal den Kopf frei zu bekommen. Wenn es die Zeit zulässt, geht doch mal zusammen ins Kino, zum Sport oder trefft euch einfach zu einem gemütlichen Abend mit Freunden.

Beachte, dass nicht alle Young Carer den ganzen Tag lang von zu Hause weg sein können. Plant am besten Aktivitäten, die zeitlich flexibel sind.

Young Supporter Ausweis:

Außerdem liegt der Box eine Art Ausweis in Checkkarten-Format bei, wodurch man sich selbst zum Young Supporter ernennen kann. Dazu muss man auf der Rückseite nur seinen Namen eintragen und eine Unterschrift tätigen. Jedem Ausweis ist eine individuelle Nummer zugewiesen, sodass Young Supporter diesen zudem auf der Kampagnenwebsite registrieren lassen können. Auf diese Weise sollen die Young Supporter sich stärker als solche identifizieren können.

Zwar ist es technisch möglich, die ausgegebene Ausweisnummer im Vorfeld mit der Person zu verknüpfen, die ihn erhält, und ihren Namen bereits auf den Ausweis zu drucken, jedoch würde dies bedeuten, dass die Ausweise erst nach getätigter Bestellung hergestellt werden könnten, was den Versand der gesamten Boxen erheblich verzögern würde.



Abb. 44: Young Supporter Ausweis
Vorderseite

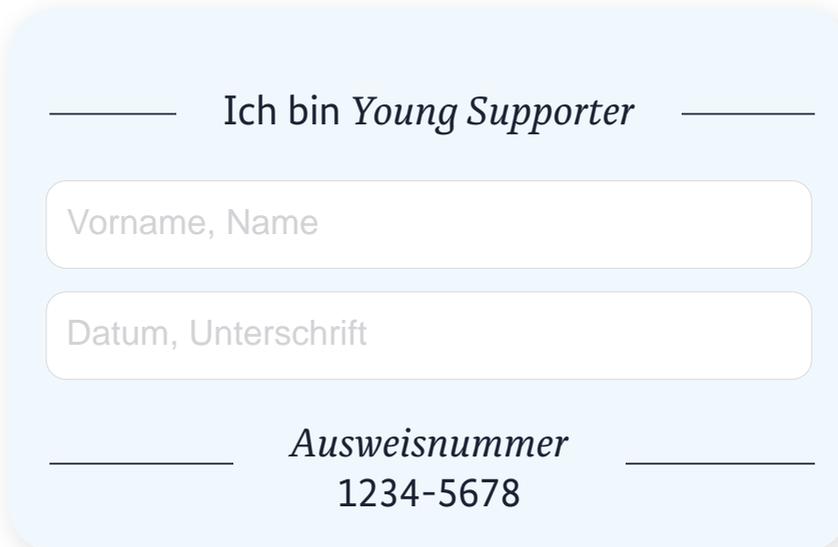


Abb. 45: Young Supporter Ausweis
Rückseite

Social Media Maßnahmen

Ausgehend davon, dass die Zielgruppe vor allem über die sozialen Medien zu erreichen ist, bietet sich das Schalten von Anzeigen so wie das Absetzen von Postings und Storys über dem Account des BMFSFJs auf diversen Social Media Plattformen an, um potenzielle Young Supporter auf die Kampagne aufmerksam zu machen. Außerdem werden Kooperationen mit Influencern angestrebt, die im Sinne der Kampagne über Young Carer aufklären und ihre Community dazu ermutigt, Young Supporter zu werden.

Alle Maßnahmen werden beispielhaft für die Bespielung von Instagram dargestellt. Sie ließen sich jedoch problemlos auch auf andere gängige Social Media Plattformen wie TikTok, Snapchat, Facebook oder YouTube übertragen.

Anzeigen/Ads

Anzeigen bei Instagram lassen ein genaues Targeting der Zielgruppe zu. So lassen sich die Anzeigen bspw. gezielt bei Nutzer:innen ausspielen, die der Zielgruppe entsprechen, also in Deutschland leben, zwischen 13 und 18 Jahren alt sind, sich besonders für Familie und Freunde interessieren, sowie ein verstärktes Interesse an ehrenamtlichen Themen und wohltätigen Zwecken haben. Ziel der Anzeigen ist es, möglichst viele Nutzer:innen zum Aufruf der Kampagnenwebsite zu bewegen, damit diese sich dort näher zu Young Carern informieren und sich im besten Fall das Young Supporter Armband bestellen. Außerdem lässt sich so der Erfolg der Kampagne in Zahlen bemessen. Je mehr Klicks die Website verzeichnet, desto erfolgreicher ist die Kampagne.

Außerdem soll der Hashtag #nichtbloßjung etabliert werden, um alle im Zusammenhang mit der Kampagne getätigten Postings bündeln zu können. Daher sind alle Anzeigen im Instagram Story Format mit dem Hashtag #nichtbloßjung und einem Swipe-Up-Link versehen, der direkt zur Kampagnenwebsite führt. Diese werden über das Profil des BMFSFJs geschaltet. So erreichen sie nicht nur die ausgewählte Zielgruppe, sondern auch die bereits vorhandenen Follower des BMFSFJs, was die Reichweite der Kampagne noch einmal erhöht. Ein eigens für die Kampagne erstellter Instagram-Account wird daher nicht benötigt.

Die Anzeigen bestehen aus Bildmotiven, die auf Alltagssituationen anspielen, mit denen sich sowohl Young Carer, als auch potenzielle Young Supporter identifizieren können. z.B. Hausaufgaben vergessen, den Bus verpassen, am Wochenende ausschlafen oder (nicht) zu einer Party gehen. Diese Motive ließen sich beliebig erweitern. Hierbei wird zu Anschauungszwecken auf authentisches Stock-Material zurückgegriffen. Bei Realisierung der Kampagne sollten nach Möglichkeit jedoch eigene realistische Bilder produziert werden. Die portraitierten Personen müssen dabei nicht zwangsläufig Young Carer sein, da die dargestellten Situationen auf Teenager im Allgemeinen zutreffen.

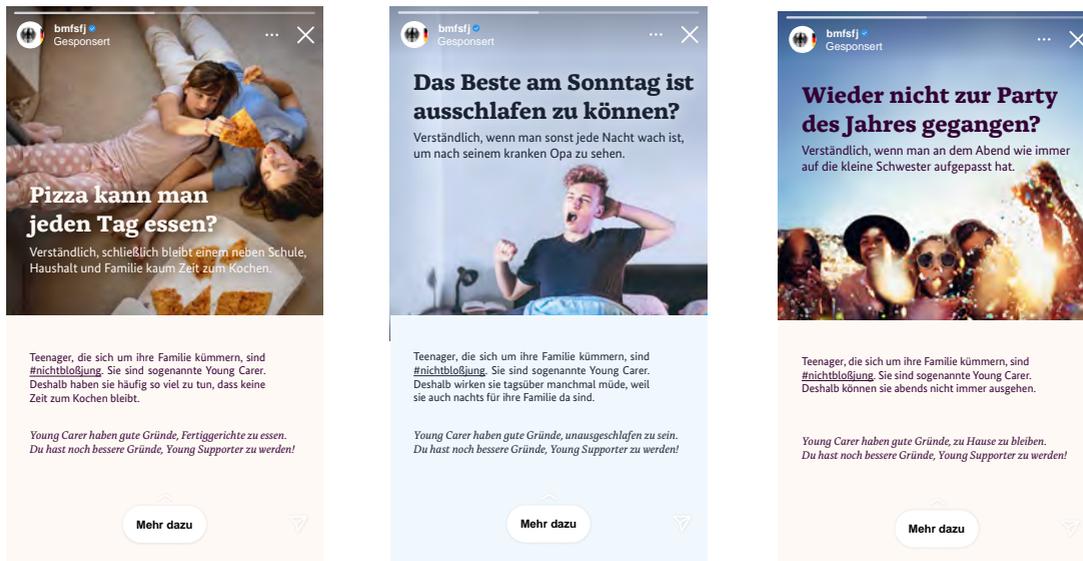


Abb. 46: Miniaturansichten: Social Media Anzeigen Motive mit Instagram-Maske



Abb. 47: Werbeanzeige auf Instagram
Motiv: Party

Bildquelle: istock

Die Headlines sprechen die Nutzer:innen stets in Form einer Suggestivfrage an. Sie bezieht sich stets auf eine Alltagssituation von Teenagern allgemein, für die sich Young Carer jedoch in der Regel rechtfertigen müssen, was sie aber häufig aus Scham oder mangelndem Selbstbewusstsein nicht tun. Diese Rechtfertigung liefert die Subheadline. Hier entsteht für die Hauptzielgruppe ein Bruch, der Verwunderung auslöst, denn die Antwort auf die in der Headline gestellte Frage bezieht sich auf eine Situation, die in erster Linie Young Carer nachvollziehen können. Dieser Bruch wird in der Copy aufgelöst. Sie weist darauf hin, dass es für Young Carer gute Gründe gibt, nicht bloß jung zu sein, sondern sie sich in ihrem Leben häufig mit der in der Subheadline genannten Antwort konfrontiert sehen.



Abb. 48 : Werbeanzeige auf Instagram
 Motiv: Pizza

Bildquelle: istock

Daraufhin folgt der Hinweis an die Zielgruppe, noch bessere Gründe zu haben, ebenfalls nicht bloß jung zu bleiben, sondern Young Supporter zu werden. Der Hinweis „Mehr dazu“, der von Instagram vorgegeben wird, verweist per Swipe-Up-Link auf die Kampagnenwebsite. Eine Platzierung von Logos ist hierbei nicht notwendig, da das BMFSFJ bereits in der Maske der Instagram-Story eindeutig als Absender zu erkennen ist und der Swipe-Up-Link auf die Kampagnenwebsite der Pausentaste führt.

Die Social Media Anzeigen fungieren somit als eine Art Sprachrohr für Young Carer, welches die Konsequenzen ihrer besonderen Situation für sie rechtfertigt. Da dabei stets auf Situationen Bezug genommen wird, mit denen sich Young Carer ebenso wie die Zielgruppe identifizieren können, werden Young Carer ins Gesellschaftsbild integriert.



Abb. 49: Werbeanzeige auf Instagram
Motiv: Ausschlafen

Bildquelle: istock

Postings des BMFSFJs

Zum Start der Kampagne setzt das BMFSFJ ein Posting ab, welches das Kampagnenmotiv „Pizza“ lose aufgreift. Anders als in den Anzeigemotiven wird hierbei nicht auf Bildmotive, sondern auf einfache Bild- und Textanimationen zurückgegriffen. So liegt der Informationsgehalt der Posts im Vordergrund. Die dazugehörige Postingline klärt über die Ziele der Kampagne auf und motiviert die Community dazu, auch „#nichtbloßjung“ zu sein und Young Supporter zu werden. Nutzer:innen können die Posts teilen, um ihrerseits auf die Kampagne aufmerksam zu machen.



Abb. 50: Posting des BMFSFJs zum Kampagnenstart
Motiv: Pizza

Weitere Postings des BMFSFJs:

Im Laufe der Kampagne können Postings im gleichen Stil abgesetzt werden und immer wieder auf die Ziele der Kampagne verweisen. Zusätzlich können Nutzer:innen die Kommentarspalten nutzen, um Fragen zur Kampagne zu stellen oder Anmerkungen zu machen, auf die das Social-Media-Team des BMFSFJs eingehen kann.

Außerdem sollte das BMFSFJ regelmäßig über den Versand der Young Carer Armbänder berichten und Updates über die Anzahl der bereits gewonnenen Young Supporter posten. Beiträge von Nutzer:innen mit dem Hashtag #nichtbloßjung sollte es reposten, zum Beispiel, wenn jemand den Erhalt der Young Supporter Box dokumentiert.



Abb. 51: Posting des BMFSFJs
Motiv: Ausschlafen

Posting von Familienministerin Franziska Giffey:

Zusätzlich postet Familienministerin Franziska Giffey ein Bild von sich, auf dem sie das Young Supporter Armband zur Schau stellt. In der Postingline nimmt sie Bezug auf die Kampagne und zeigt auf diese Weise, dass auch sie ein Young Supporter ist und ihr somit die enormen Leistungen von Young Carern bewusst sind. So wird außerdem deutlich, dass man nicht zwangsweise zur Peer-Group der Young Carer gehören muss, um Young Supporter zu sein.



Abb. 52: Posting von Franziska Giffey
 Sie trägt das Young Supporter Armband und zeigt damit, dass sie ein Young Supporter ist.

Quelle: Franziska Giffey, instagram.com

Instagram-Story-Format „Who cares?“:

Außerdem soll das Story-Format „Who cares?“ auf Instagram etabliert werden. Darin berichten Young Carer davon, wer sie sind und was sie als solche machen.

Um das Format zu visualisieren, wurden vier Teenager im Alter von sechzehn Jahren gebeten, sich in die Rolle eines Young Carers zu versetzen und von ihrem Alltag zu erzählen. Da sie vorher mit dem Begriff Young Carer nicht vertraut waren, erhielten sie ein detailliertes Briefing, sodass sie das Videomaterial selbst herstellen konnten.

Das Briefing wurde für eine mobile Ansicht optimiert und per WhatsApp verschickt. Die Jugendlichen reichten daraufhin ihre Versionen der Videos per E-Mail ein.

Dez. 2020

#nichtbloßjung

Social-Media-Spot

Briefing

Im Auftrag von:
Birte Ossenkop
im Rahmen der Bachelorarbeit
B.A. Kommunikationsdesign

FH Aachen

Worum geht's?

Erstmal danke, dass du mich hierbei unterstützen möchtest!

Im Rahmen meiner Bachelorarbeit entwickle ich eine Kampagne zum Thema „Young Carer“. In dem Zuge soll ein kleiner Werbespot entstehen, den man z.B. auf Instagram verbreiten könnte.

Keine Sorge, das Ganze passiert nur hypothetisch. Es wird nichts wirklich bei Instagram gepostet.

Dazu brauche ich ein paar Jugendliche (13 – 17 Jahre), die sich vorstellen, sie wären „Young Carer“.

Im Prinzip musst du dich nur auf einen Stuhl setzen, dich kurz vorstellen und dich dabei z.B. mit deinem Handy filmen. Das dauert nur ein paar Sekunden!

Eine Schritt-für-Schritt-Anleitung, wie am Ende alles aussehen soll, findest du unten!

Was sind Young Carer?

Statistisch gesehen gibt es in jeder Schulklasse 1 – 2 Young Carer. Das sind „junge Pflegende“, also Kinder/ Jugendliche, die zu Hause einen Angehörigen pflegen oder sich um ihre Geschwister kümmern, weil z.B. die Eltern es aus diversen Gründen nicht können.

Das Phänomen ist so unbekannt, unter anderem weil es ein ziemliches Tabu-Thema ist. Die Young Carer reden nicht gern drüber (ist ja auch nicht so angenehm, wenn man jede Nacht aufsteht und Mamas Erbrochenes wegmacht) und wenn sie sich doch jemandem anvertrauen, weiß das Gegenüber häufig nicht, wie es reagieren soll.

Ziel meiner Kampagne ist es, das Thema „Young Carer“ ins Bewusstsein von Schüler:innen zu rufen und sie zu ermutigen, Young Carer nach ihren Möglichkeiten zu unterstützen.

Deine Aufgabe

Hier kommst du ins Spiel!

Setz dich irgendwo bei dir zu Hause hin, zum Beispiel in deinem Zimmer.

Im Hintergrund muss *nicht zwingend* eine weiße Wand sein. Hauptsache, der Hintergrund lenkt nicht von dir ab. Wenn deine Kamera über einen Portraitmodus verfügt, der den Hintergrund unscharf macht, verwende gerne den!

Wen du darstellst

In dem Spot schlüpfst du in die Rolle eines Young Carers. Kleide dich also einfach so, wie du auch zur Schule gehen würdest.

Alles was du tun musst, ist in die Kamera gucken, und etwa folgendes erzählen:

1

Name

Hi, ich bin „...“
Ich heiße „...“
Mein Name ist „...“
o.ä.

2

Alter

Ich bin „...“
Ich bin „...“ Jahre alt
Ich werde bald „...“
o.ä.

3

Hobbys

In meiner Freizeit „...“
Meine Hobbys sind „...“
o.ä.
(gerne mehrere Sachen nennen)

Wenn du nicht so viel über deine eigene Person preisgeben möchtest, kannst du dir bei den Punkten 1 – 3 auch etwas anderes ausdenken. Es sollte nur möglichst realistisch sein. Corona kannst du ignorieren. Daher gilt „Freunde treffen“ z.B. auch als Hobby.

4

Warum ich Young Carer bin

„Meine Mutter arbeitet sehr viel, darum sind meine Geschwister und ich oft allein zu Hause“

„Mein Opa ist seit ein paar Jahren dement und wohnt bei uns.“

„Mein Papa hatte einen Autounfall und sitzt seitdem im Rollstuhl.“

„Mein Vater ist leider schwer alkoholkrank.“

„Meine Mama leidet an MS und braucht ständig Hilfe“

Abb. 53: Auszug aus: Briefing für Darsteller:innen

Um das Format aufzulockern und eine tonlose Wiedergabe zu ermöglichen, werden die Videos mit Bild- und Videomaterial so wie mit Texteinblendungen unterlegt.

Das Format soll in regelmäßigen Abständen gepostet werden. Hierbei sollte eine gewisse Zahl an Interviews vorproduziert werden, um genug Material zu haben, um es während der Kampagne zu posten.

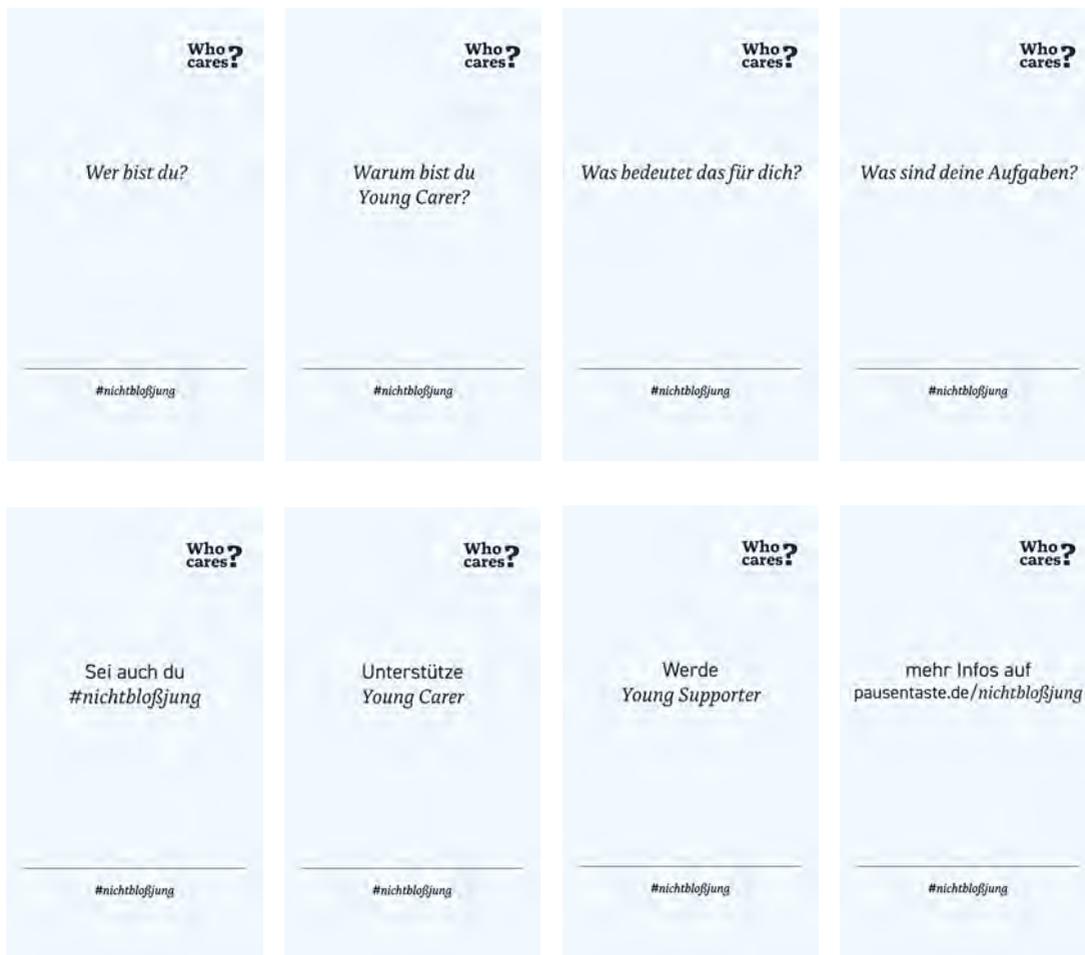


Abb. 54: Miniaturansichten: Texteinblendungen in Format „Who cares?“



Abb. 55: Instagramvideo: Julie
Ihr Portrait findet sich auch in der
Young Supporter Box und auf der Website

Quellen:
Mädchen mit Pferd: Florian Doppler (pexels.com)
Essende Kinder: Ivan Samkov (pexels.com)



Abb. 56: Instagramvideo: Nele

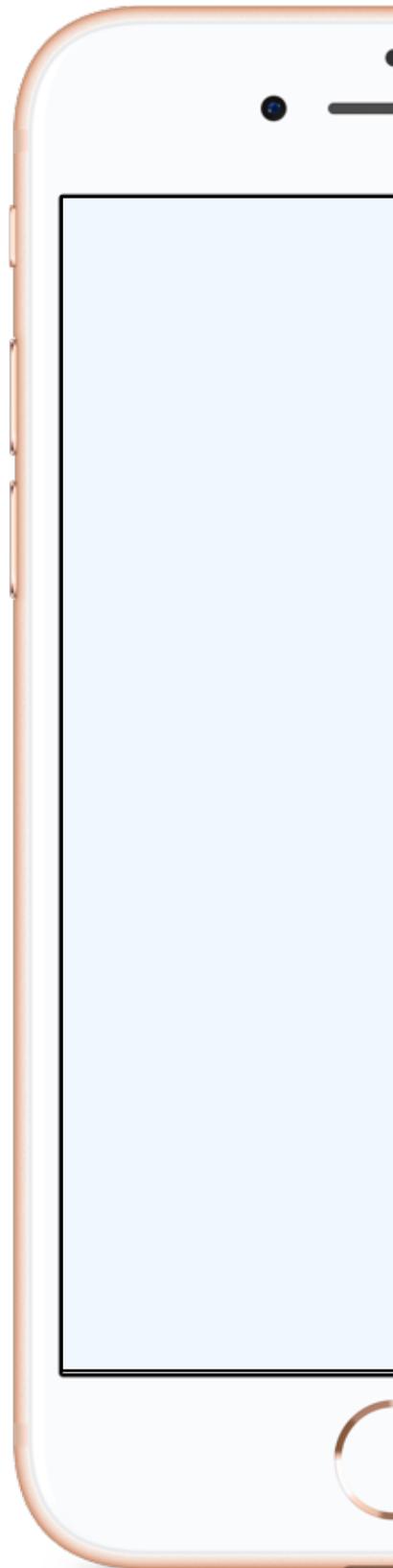


Abb. 57: Instagramvideo: Leon

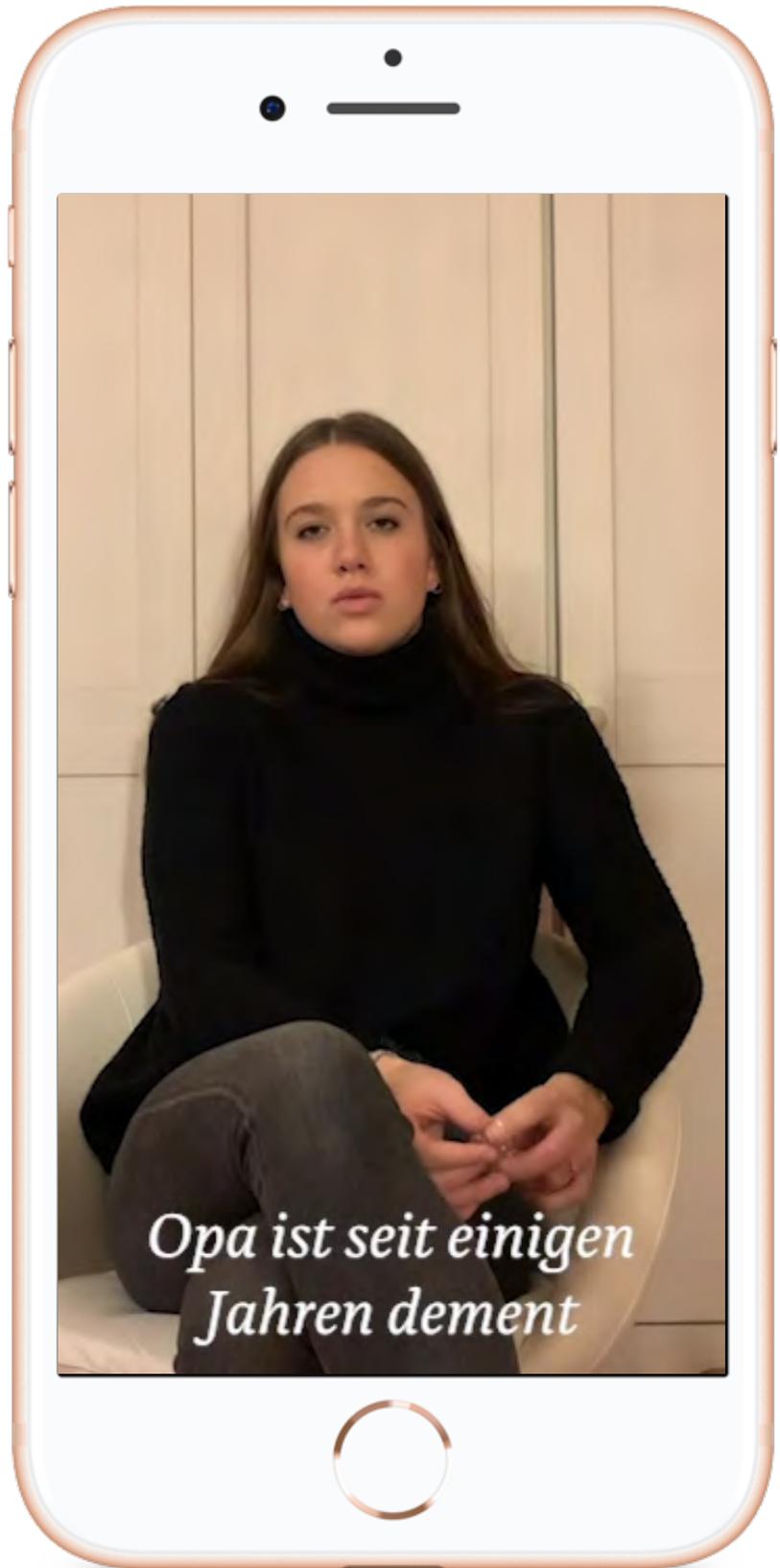


Abb. 58: Instagramvideo: Laura

Kooperation mit Influencern

Wie der Name schon suggeriert, haben Influencer einen großen Einfluss auf ihre Community. Vermitteln sie, dass sie Young Carer unterstützen und fordern ihre Follower dazu auf, Young Supporter zu werden, ist davon auszugehen, dass ein beachtlicher Teil ihrer Community diesem Aufruf Folge leisten wird. Daher ist es wichtig, Influencer als Kooperationspartner zu wählen, deren Community der Zielgruppe entspricht, um möglichst viele Young Supporter zu gewinnen.

Optimalerweise sind diese Influencer in ihrer Jugend selbst Young Carer gewesen, besprechen auf ihren Kanälen gesellschaftskritische Themen oder verkörpern allgemein eine große Vorbildfunktion für ihre Community.

Um möglichst viele Influencer für die Kampagne zu gewinnen, bedarf es im Vorfeld der Kampagne einer sorgfältigen Vorauswahl und anschließender Akquise. Es ist wichtig, den Influencern die Wichtigkeit ihrer Unterstützung für das Gelingen der Kampagne nahe zu bringen. So kann sicher gestellt werden, dass die Influencer auch ohne (hohes) Honorar bei der Kampagne mitmachen.

Da es in der Vergangenheit schon einige wenige Kooperationen mit Influencern seitens der Pausentaste gegeben hat, ist davon auszugehen, dass es dort bereits Erfahrung mit der erfolgreichen Gewinnung von Kooperationspartnern gibt. Auf diese Erfahrung sollte bei der Realisierung der Kampagne zurückgegriffen werden.

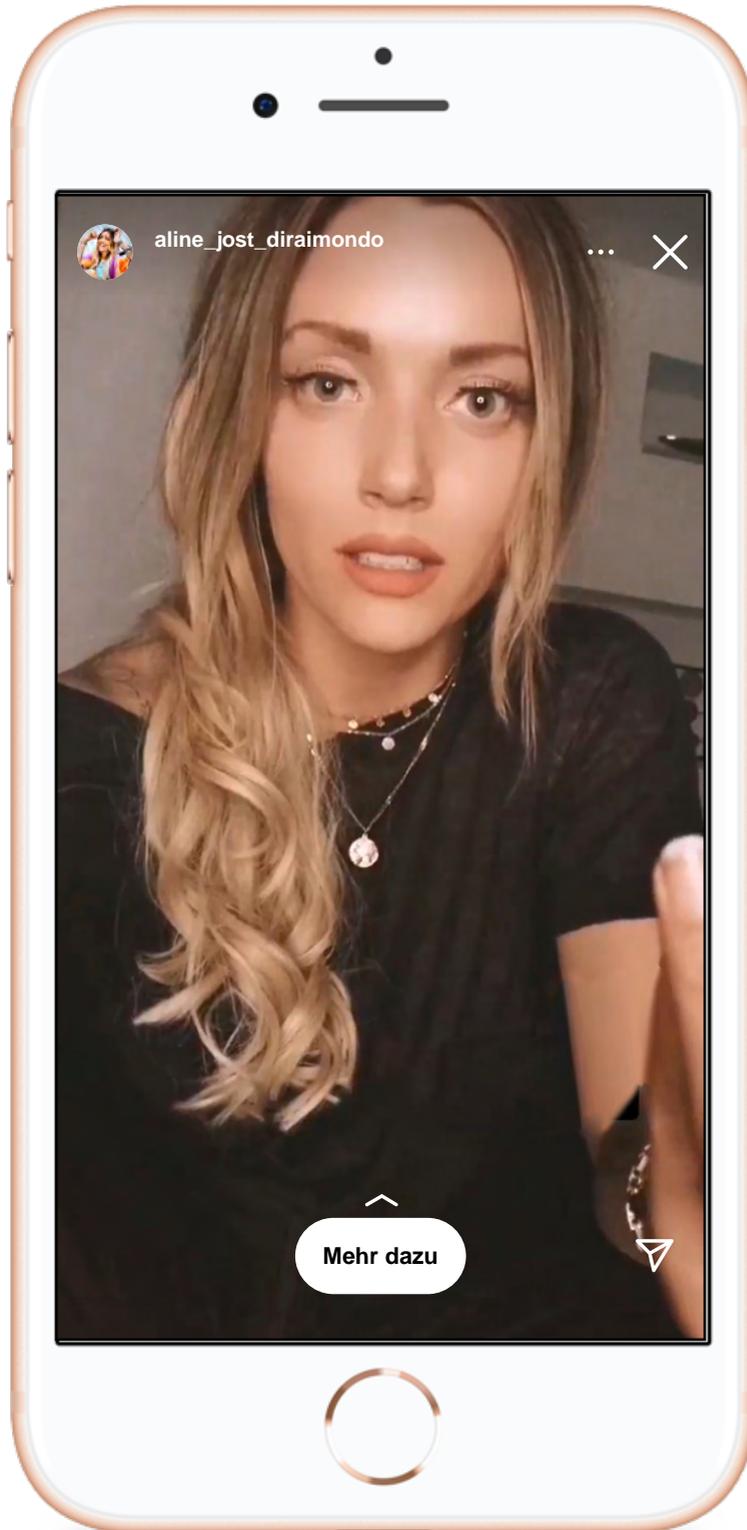
Den Influencern wird vor Kampagnenbeginn eine Young Supporter Box zugeschickt. Dieser liegt außerdem ein genaues Briefing bei, wie ihre entsprechenden Postings dazu aufgebaut sein sollten.

Die Influencer sind dazu angehalten, das Young Suporter Armband bereits wenige Tage vor Kampagnenstart in ihren Storys zu tragen. Ab Kampagnenstart setzen sie dann nacheinander in regelmäßigen Abständen entsprechende Postings/Storys ab. Diese kann das BMFSFJ wiederum reposten, um zu zeigen, welche prominenten Persönlichkeiten sich an der Kampagne beteiligen.

Inhaltlich beziehen sich die Influencer ebenfalls auf die bereits genannte Kampagnenmotive, die potenzielle Young Supporter sowie Young Carer gleichermaßen ansprechen. Zum Beispiel erklären sie, dass zwar jeder gern und oft Pizza isst, dies jedoch für Young Carer andere Beweggründe hat. Sie führen in diesem Zuge kurz aus, was Young Carer machen und warum Young Supporter so wichtig für deren Unterstützung sind. Anschließend fordern sie ihre Follower dazu auf, ebenfalls „nicht bloß jung“ zu bleiben, sondern Young Supporter zu werden. Dabei zeigen sie das Young Supporter Armband und erklären, wozu es dient. Per Link, den die Influencer in ihre Story oder ihr Profil einbetten, gelangen die Follower ebenfalls auf die Kampagnenwebsite.

Einige ausgewählte Influencer werden außerdem im Vorhinein gebeten, an der Pressekonferenz anlässlich des Kampagnenstarts teilzunehmen.

Auf die gleiche Weise sollen auch Influencer auf TikTok und Sapchat gebeten werden, über Young Carer aufzuklären und zu ihrer Unterstützung anzuhalten.



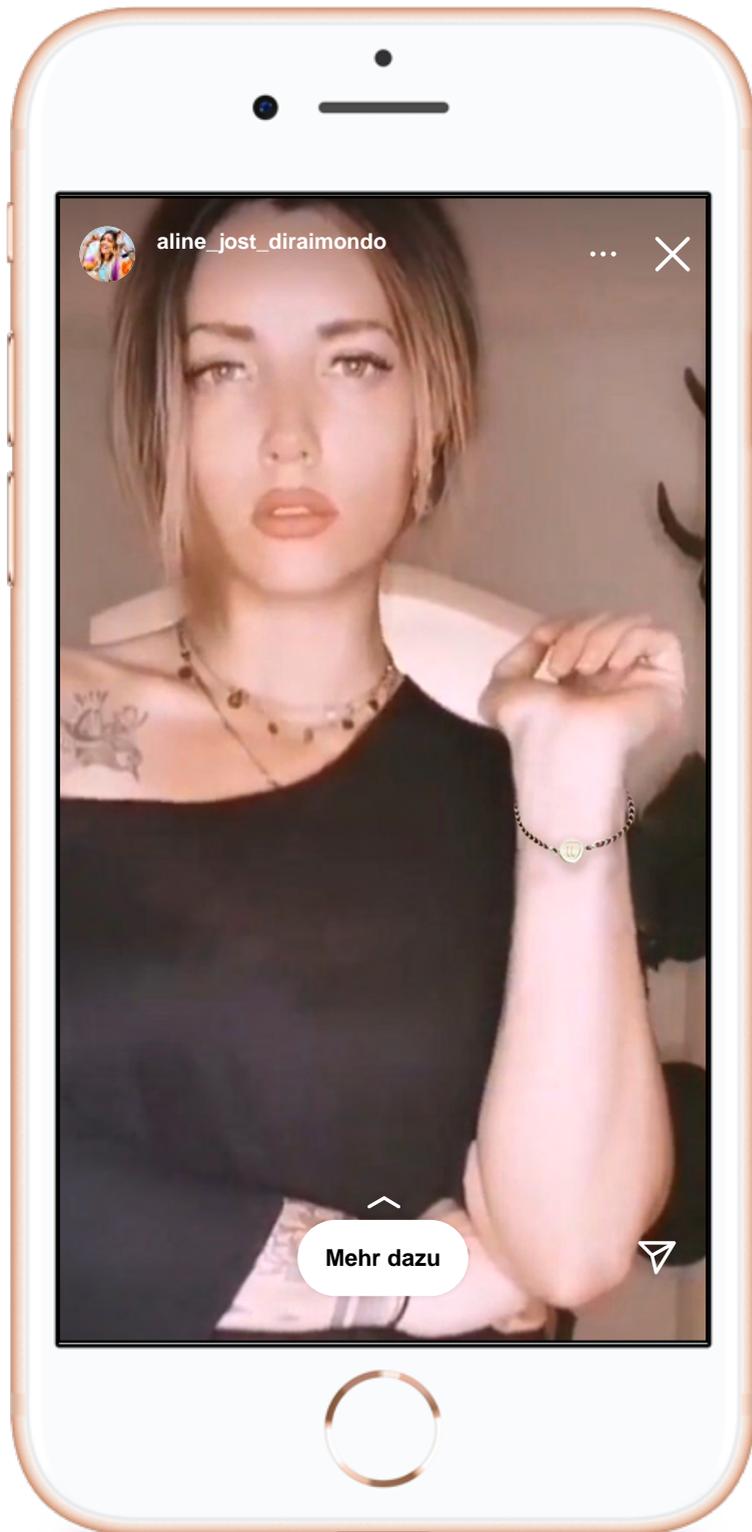
Text:

„Also ich fand's damals immer toll, wenn's nach der Schule zu Hause Pizza gab. Richtig schön mit viel Käse – lecker! Aber wusstet ihr, dass es Teenager gibt, denen gar nichts anderes übrig bleibt, als sich nach der Schule eine Pizza in den Ofen zu schieben? Young Carer haben zum Beispiel gar keine Zeit dafür, sich nach der Schule noch etwas zu kochen. Sie kümmern sich nämlich um ihre Familie, zum Beispiel, weil ihre Mutter schwer krank ist. Zusätzlich schmeißen sie auch noch den Haushalt oder versorgen ihre Geschwister!

Young Carer sind eben nicht bloß jung. Sie haben auch noch eine krasse Verantwortung! Darum ist es wichtig, dass wir diese Young Carer unterstützen und ihre Young Supporter werden...

**Abb. 59: Beispiel-Story Teil 1:
Aline Jost (Schauspielerin)**

Quelle: Aline Jost, (Instagram)



... Als Zeichen dafür trag ich seit ein paar Tagen dieses Young Supporter Armband. Denn ich hab größten Respekt davor, was Young Carer leisten und so kann ich es ihnen zeigen.

Wenn auch du nicht einfach nur jung sein willst, sondern Young Carer unterstützen möchtest, oder wenn du sogar selbst ein Young Carer bist, dann swipe jetzt up – Auf pausentaste.de findest du alle Infos, die du brauchst, und kannst dir als Zeichen kostenlos dieses Young Supporter Armband holen.

Also bleib nicht bloß jung. *hält Armband in Kamera* sondern werde Young Supporter."

*Abb. 60: Beispiel-Story Teil 2:
Aline Jost (Schauspielerin)*

Quelle: Aline Jost, (Instagram)

Diese und ähnliche Influencer würden sich als Testimonials für die Kampagne eignen:

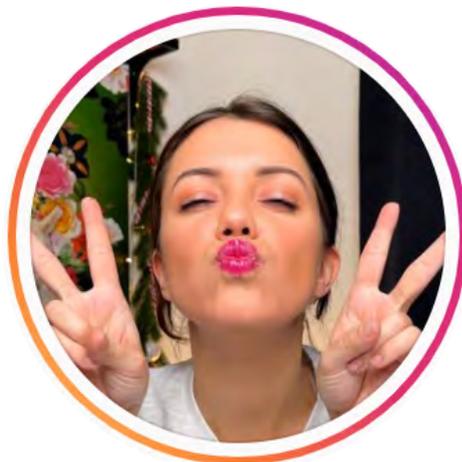


Aline Jost (Schauspielerin)

Instagram: 272.000 Abonnenten
TikTok: 1,2 Millionen Abonnenten

Eignung:

In ihrer Rolle bei „Krass Schule“ verkörpert Aline eine Vertrauenslehrerin, was sich auch auf das Bild auswirkt, das ihre Community von ihr hat. Aline bespricht auf ihrem Instagram-Kanal unter anderem Themen wie Mobbing.⁶¹



Malwanne (Youtuberin)

Instagram: 240.000 Abonnenten
TikTok: 214.100 Abonnenten
YouTube: 874.000 Abonnenten

Eignung:

Malwanne kann als Schwester eines mehrfach-behinderten Bruders viele Aspekte des Young-Carer-Daseins nachvollziehen. Es hat bereits eine Kooperation gegeben, in der sie das Angebot der Pausentaste vorgestellt hat.⁶²

⁶¹ Vgl. Jost, Aline, in: Mobbing, 2020 [Instagram] <https://www.instagram.com/stories/highlights/18138655543017017/>, [20.01.2021]

⁶² Vgl. Malwanne, in: „Das Video über meinen Bruder...“, [YouTube], <https://www.youtube.com/watch?v=zwxGlcM2ixQ&t=283s> (04:40 – 07:10), [20.01.2021]



Fabian Grischkat (Filmmacher)

Instagram: 95.300 Abonnenten
TikTok: 66.000 Abonnenten

Eignung:

Fabian behandelt auf seinen Kanälen vor allem gesellschaftlich relevante Themen wie Mobbing, Klimaschutz, Homophobie, etc. In zwei Kooperationen (2019, 2020) hat er bereits über Young Carer und die Pausentaste berichtet.⁶³



Matthias Schweighöfer (Schauspieler)

Instagram: 1 Millionen Abonnenten
Twitter: 756.848 Abonnenten

Eignung:

Matthias Schweighöfer kann aufgrund seiner Bekanntheit als Bindeglied zwischen sozialen und klassischen Medien fungieren. Er war 2015 bereits Testimonial für die Kampagne „Starkmachen für Kinderrechte“ des BMFSFJs.⁶⁴

⁶³ Vgl. Grischkat, Fabian, in: „Er kümmerte sich jahrelang um seine Großmutter“, 04.07.2020, [Instagram] <https://www.instagram.com/tv/CCOd1VjCV7K/>, [20.01.2021]

⁶⁴ Vgl. BMFSFJ, Starkmachen für Kinderrechte, 18.12.2015, [online] <https://www.bmfsfj.de/bmfsfj/service/publikationen/starkmachen-fuer-kinderrechte/96240> [20.01.2021]

Plakate/Citylights

Die Social Media Maßnahmen sollen durch die geschickte Platzierung von Plakaten im Umfeld der Kampagne verstärkt werden. Dabei bietet sich das Bespielen von Citylights an Bushaltestellen, sowie Plakatflächen in der Nähe von Schulen, Kinos, Sportplätzen, Innenstädten etc. an. Möglich ist auch, an Schulen selbst heran zu treten und dort entsprechende Plakate/Aushänge zu platzieren.

Die Plakate funktionieren nach dem gleichen Prinzip wie die Social Media Anzeigen. Optisch sind sie an die Social Media Anzeigen angelehnt, werden jedoch durch weitere Motive ergänzt. So bietet es sich bspw. an, ein Plakat, das das Verpassen des Schulbusses thematisiert, eher an einer Bushaltestelle zu platzieren, als in einer Social Media App.

Mal wieder den Schulbus verpasst?

Verständlich, wenn man vorher
noch die Geschwister zum
Kindergarten gebracht hat.



#nichtbloßjung

Young Carer haben gute Gründe, zu spät zu kommen.
Du hast noch bessere Gründe, Young Supporter zu werden!



Teenager, die sich um ihre Familie kümmern, sind nicht bloß jung. Sie sind Young Carer. Deshalb können sie nicht immer pünktlich sein. Mehr Infos über Young Carer und wie du sie als Young Supporter unterstützen kannst gibt's auf pausentaste.de/nichtbloßjung

 PAUSENTASTE

 Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend

Ist die Konzentration für Hausaufgaben weg?

Verständlich, wenn man um Papa besorgt ist, der wieder im Krankenhaus liegt.



#nichtbloßjung

Young Carer haben gute Gründe, abgelenkt zu sein.
Du hast noch bessere Gründe, Young Supporter zu werden!



Teenager, die sich um ihre Familie kümmern, sind nicht bloß jung. Sie sind Young Carer. Deshalb sind sie gedanklich nicht immer bei der Sache. Mehr Infos über Young Carer und wie du sie als Young Supporter unterstützen kannst gibt's auf pausentaste.de/nichtbloßjung

 **PAUSENTASTE**



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend

Abb. 62: Citylight

Motiv: keine Hausaufgaben gemacht

Bildquelle: istock

Systematik der Anzeigen:

Die Headlines der jeweiligen Plakate beziehen sich wieder auf eine Situation, die für Young Carer und Young Supporter gleichermaßen ansprechend ist, die Subheadlines beziehen sich auf eine Situation, die Young Carern bekannt ist, die Copy klärt über Young Carer im Zusammenhang mit dem Plakatmotiv auf und verweisen auf pausentaste.de/nichtbloßjung.

Die Swipe-Up-Links werden auf den Plakaten durch QR-Codes ersetzt. Diese führen ebenfalls auf die Kampagnenwebsite. Die Codes sind so groß auf den Plakaten platziert, dass sie sich auch problemlos aus einer größeren Entfernung scannen lassen. Um die Zielgruppe dazu anzuhalten, dies auch zu tun, weckt die Anzeige ihre Neugierde, indem sie andeutet, hinter den QR-Codes fände man unter anderem Gründe dafür, z. B. abgelenkt zu sein und Young Supporter zu werden.

Wieder nicht zur Party des Jahres gegangen?

Verständlich, wenn man an dem Abend wie immer
auf die kleine Schwester aufgepasst hat.



#nichtbloßjung

Young Carer haben gute Gründe, zu Hause zu bleiben.
Du hast noch bessere Gründe, Young Supporter zu werden!



Teenager, die sich um ihre Familie kümmern, sind nicht bloß jung. Sie sind Young Carer. Deshalb können sie abends nicht immer ausgehen. Mehr Infos über Young Carer und wie du sie als Young Supporter unterstützen kannst gibt's auf pausentaste.de/nichtbloßjung

 PAUSENTASTE



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend

Abb. 63: Citylight
Motiv: Party verpasst

Bildquelle: istock

Es bietet sich an, auf den Plakatmotiven nicht nur das Logo der Pausentaste, sondern zusätzlich das Logo des BMFSFJs zu verwenden, denn es betont die Seriosität der Kampagne. Allerdings müssen hierbei die CD-Richtlinien des Bundesministeriums beachtet werden. Demnach ließe sich das Logo mit entsprechendem Schutzraum am oberen oder unteren Bildrand auf einem weißen Untergrund platzieren.

Da das BMFSFJ als „stiller Unterstützer“ der Pausentaste auftreten soll, wird sein Logo weniger prägnant am unteren Bildrand platziert.



Mal wieder den Schulbus verpasst?

Verständlich, wenn man vorher noch die Geschwister zum Kindergarten gebracht hat.

#nichtbloßjung

Young Carer haben gute Gründe, zu spät zu kommen.
Du hast noch bessere Gründe, Young Supporter zu werden!

Teenager, die sich um ihre Familie kümmern, sind nicht bloß jung. Sie sind Young Carer. Deshalb können sie nicht immer pünktlich sein. Mehr Infos über Young Carer und wie du sie als Young Supporter unterstützen kannst gibt's auf pausentaste.de/nichtbloßjung

 PAUSENTASTE

Abb. 64: Schulplakat
Motiv: Bus verpasst (Schulversion)

Bildquelle: istock

Damit die Plakat auch in Schulen aufgehängt werden können, in denen die Verwendung von Handys meist verboten ist, gibt es ebenfalls Versionen ohne QR-Code. Diese werden Schulen in ganz Deutschland zugeschickt und unter „Materialien & Downloads“ auf Pausentaste.de bzw. beim Publikationsversand der Bundesregierung zur Verfügung gestellt.

Werbespot

Zusätzlich zu den Anzeige-Formaten soll außerdem ein Werbespot entstehen. Zwar ließe dieser sich auch in den sozialen Medien ausspielen, er ist jedoch primär für die Verwendung bspw. im Kino oder Fernsehen, wenn es das Budget zulässt, gedacht. Der Spot ähnelt zu Beginn in seinem Aufbau den anderen Maßnahmen. Auch hier werden Teenager in einer Situation gezeigt, in der sie sich im allgemeinen wiedererkennen können. Zur Veranschaulichung wird hier auf Stock-Material zurückgegriffen und die exzessive Nutzung des Smartphones als Beispiel gewählt. Bei einer Realisierung sollte nach Möglichkeit jedoch auf jünger aussehende Darsteller:innen zurückgegriffen werden.

Anders als bei den Motiven der anderen Maßnahmen (keine Hausaufgaben machen können, den Bus verpassen, etc.) ist dieses Beispiel jedoch keine Konsequenz des Young-Carer-Daseins. Im Gegenteil: Die Texteinblendung „Die Jugend von heute...“ suggeriert, dass an dem gezeigten Verhalten Kritik geäußert werden soll. Mit der Einblendung „...ist nicht bloß jung.“ wird jedoch deutlich, dass diese voreilig getroffene Kritik nicht berechtigt ist. Denn das zuletzt gezeigte Mädchen verbringt ihre Freizeit nicht etwa nur so am Handy, sondern nutzt es offensichtlich, um mit ihrem Opa in Kontakt zu treten, um den sie sich regelmäßig kümmert. Um dem Nachdruck zu verleihen folgt der Abbinder: „480.000 Kinder und Jugendliche sind Young Carer. Sie kümmern sich tagtäglich um ihre Angehörigen. Bleib auch du nicht bloß jung. Unterstütze Young Carer. Werde Young Supporter.“

Zwar klärt der Spot nicht über die Konsequenzen auf, die Young Carer aufgrund ihrer Situation davontragen, jedoch erreicht er auch all diejenigen, die normalerweise gerne Kritik an „der Jugend von heute“ üben. Der Spot kann also immer dann zum Einsatz kommen, wenn das Publikum über die eigentliche Zielgruppe hinaus geht.

1. Einstellung



2. Einstellung



3. Einstellung



4. Einstellung



5. Einstellung



6. Abbinder



Abb. 65: Storyboard Werbespot

Quelle: Tima Miroshnichenko, pexels.com

PR-Maßnahmen

Damit die Kampagne nicht nur in den sozialen Medien für die Zielgruppe sichtbar stattfindet, sondern auch in die klassischen Medien wie Zeitung und Fernsehen Einzug findet und somit über das Phänomen der Young Carer berichtet wird, müssen für die Presse Anreize geschaffen werden, über die Kampagne zu berichten.

Daher sollen als Kooperationspartner nicht nur Internet-Bekanntheiten gewonnen werden, mit deren Hilfe ausschließlich die Zielgruppe erreicht wird, sondern auch Prominente, die aus Funk und Fernsehen bekannt sind. Diese werden vor Kampagnenstart ebenfalls mit der Young Supporter Box ausgestattet und zur Pressekonferenz eingeladen. Hier bietet es sich an, Persönlichkeiten zu nehmen, die als Bindeglied zwischen Internet und klassischen Medien wie Fernsehen und Radio fungieren können. Hier könnten neben dem bereits erwähnten Matthias Schweighöfer Prominente von Funk, dem Online-Jugendprogramm von ARD und ZDF, in Frage kommen. Auch hier hat es bereits Kooperationen seitens der Pausentaste, bspw. einen Beitrag auf YouTube von Deutschland3000 gegeben⁶⁵.

Zudem soll die Young Supporter Box auf der Pressekonferenz zum Kampagnenstart vorgestellt und den jeweiligen Pressevertreter:innen mitgegeben werden.

⁶⁵ Deutschland3000, Pflege von Angehörigen: Wenn der Alltag zur Belastung wird, 2020, [YouTube] https://www.youtube.com/watch?v=_UaVZQxO2BU, [20.01.2021]

Corporate Design

Die Gestaltung der Kampagne orientiert sich lose an dem Erscheinungsbild von pausentaste.de. Da der signifikante blau-rote Farbverlauf auch für andere Projekte seitens des Bundesfamilienministeriums genutzt wird, bspw. Für die Kampagne „stärker als Gewalt“, die im Jahr 2020 startete⁶⁶, wird er, um Verwechslungen vorzubeugen, nur auf der Landingpage der Kampagnenwebsite eingesetzt, um einen Zusammenhang zur Pausentaste herzustellen. Die zentralen Farben des Verlaufs werden ansonsten entsättigt, bzw. abgedunkelt und um ein creme-weiß ergänzt. So entsteht ein modernes Erscheinungsbild, das sich von der Gestaltung der Pausentaste lossagt, ohne ganz den Bezug dazu zu verlieren.

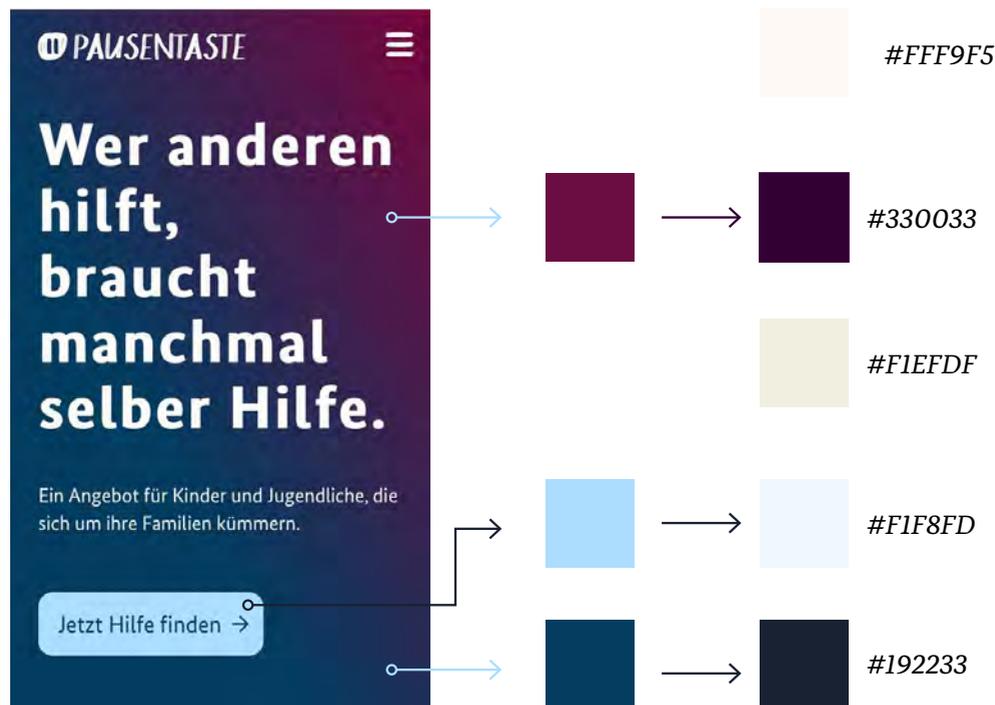


Abb. 66: Screenshot: Pausentaste.de Startseite und daraus abgeleitetes Farbschema

Bildquelle: pausentaste.de

66 Vgl. BMFSFJ, Kampagnenwebsite, Gemeinsam stärker als Gewalt , 2021, [online] <https://staerker-als-gewalt.de/> [20.01.2021]

Vor dem Hintergrund, dass die Kampagne im Namen eines Bundesministeriums entsteht, muss auf allen Maßnahmen das Corporate Design Manual der Bundesregierung angewandt werden. Da allerdings eine tatsächlich Realisierung der Kampagne unwahrscheinlich ist, ist es vertretbar nur an den Stellen Bezug zum BMFSFJ herzustellen, wo es sinnvoll erscheint, z. B. wird auf den Print-Anzeigen das Logo des Bundesministerium auf weißem Untergrund mit gefordertem Schutzraum verwendet. Auf diese Weise entsteht mehr gestalterischer Spielraum, um der im Kreativbriefing geforderten Tonalität der Kampagne gerecht werden zu können.

Typografie:

Als Headlineschrift wird abweichend vom Design Manual die „Alda OT CEV“ von Emigre Fonts in bold gewählt. Sie ist plakativ und überzeugt mit guter Lesbarkeit in allen Anwendungsbereichen. Als Subheadline wird auf ruhigen Untergründen die gleiche Schriftart, allerdings im Schriftschnitt italic gewählt.

Headline

Alda OT CEV, blod

Subheadline

Alda OT CEV, italic

Für Fließtexte und in Subheadlines auf unruhigeren Untergründen tritt die BundesSans in Erscheinung. Mit ihrer klaren Linienführung garantiert sie gute Lesbarkeit auch in kleinformatischen Anwendungsbereichen.

Fließtext/Subheadline

BundesSans, regular

Bildwelt:

Für eine realitätsnahe Darstellung der Lebenswelt von Young Carern werden stets authentische und emotionale Bilder aus dem Alltag von Jugendlichen gewählt. Gezeigte Personen müssen dabei nicht zwingend Young Carer sein, sollten jedoch ihrem Alter entsprechen. Im Vordergrund steht, mit Bildern zu arbeiten, mit denen sich sowohl Young Carer als auch angehende Young Supporter identifizieren können. Optimalerweise veranstaltet man hierzu ein eigenes Fotoshooting. Wird Stock-Material verwendet, so ist stets darauf zu achten, dass gezeigte Personen und auch Schauplätze dem Lebensumfeld der Zielgruppe entsprechen.

Ausblick

Bei Erfolg der Kampagne ist davon auszugehen, dass sich diverse Young Supporter als solche zu erkennen geben werden. In einem weiteren Schritt kann daraufhin ein Netzwerk aufgebaut werden, welches Young Supporter untereinander und mit Young Carern verbindet. So kann ein Austausch zwischen allen Parteien stattfinden und ggf. weitere Unterstützungsmaßnahmen entwickelt werden. Im Netzwerk können sich auch ehemalige Young Carer befinden, die eine Art Mentoren-Position einnehmen würden.

Durch den Zuspruch seitens ihres Umfeldes werden sich Young Carer vermutlich außerdem trauen, mit ihrer Situation an die Öffentlichkeit zu treten. Hier eröffnet sich die Möglichkeit, bspw. Interviews mit ihnen in Podcasts oder anderen Online- bzw. TV-Formaten führen zu können und die Gesellschaft noch mehr für Young Carer zu sensibilisieren. Als Vorbild könnte hier der kanadische Podcast „Hidden – the Voices of Young Carers“ der change foundation dienen, in welchem anlässlich des Young Carers Awareness Days 2020 über zwölf Episoden hinweg unterschiedliche Young Carer interviewt wurden.

67 Vgl. The change foundation, Hidden: The Voices of Young Carers podcast, 2020, [online] <https://changefoundation.ca/hidden-the-voices-of-young-carers-podcast/> [20.01.2021]

Erwartete Resonanz

Zu erwarten ist, dass es aufgrund der Bespielung der sozialen Medien zu vielen Zugriffen auf die Kampagnenwebsite über mobile Endgeräte seitens der Zielgruppe kommen wird. Daraus ließe sich schließen, dass der Begriff Young Carer erfolgreich ins Bewusstsein der Öffentlichkeit gerufen wird, was schon ein großer Erfolg wäre. Optimalerweise bliebe die Nachfrage nach Young Supporter Armbändern auch noch Wochen nach Kampagnenstart konstant. Dann kann die Kampagne als voll und ganz erfolgreich gewertet werden.

Es ist allerdings ebenfalls davon auszugehen, dass die Kampagne auch negative Kritik erfahren wird. Sie suggeriert schließlich, dass sich die vielschichtige Problematik, die das Thema Young Carer umfasst, allein durch das Tragen eines Armbandes lösen lässt. Außerdem könnte man der Ansicht sein, mit der Kampagne übertrage das Bundesministerium die Verantwortung für Young Carer gewissermaßen auf die minderjährige Zielgruppe, anstatt selbst tätig zu werden.

Die kritische Auseinandersetzung mit dem Thema Young Carer und der Kampagne ist jedoch durchaus wünschenswert. Je intensiver und kritischer sich die Gesellschaft und die Presse mit Young Carern auseinandersetzt, desto stärker wird die öffentliche Wahrnehmung für diese Gruppe, was letztlich das primäre Ziel der Kampagne ist.

Fazit

Die Kampagne „nicht bloß jung.“, die im Namen der Pausentaste entwickelt werden soll, setzt einen soliden Grundstein für die so oft geforderte Sensibilisierung des Lebensumfelds der Young Carer. Sie gewährleistet, dass das Phänomen ins Bewusstsein der Öffentlichkeit gerückt wird und hat das Potenzial, das Thema zu enttabuisieren. So kann dazu beigetragen werden, dass Young Carer sich jemandem anvertrauen, was wiederum zu ihrer besseren Identifizierung und Unterstützung führt.

Zwar ist davon auszugehen, dass eine tatsächliche Umsetzung der Kampagne unwahrscheinlich ist, da die Entwicklung dieser vermutlich erst vom Bundesministerium ausgeschrieben werden müsste, dennoch erscheinen die darin erdachten Maßnahmen durchaus realistisch und könnten entscheidende Impulse für zukünftige Öffentlichkeitsmaßnahmen des Bundesministeriums bieten.

Auf lange Sicht trägt die Kampagne dennoch nur mäßig zur Unterstützung von Young Carern bei, denn die Belastung durch die Pflegeverantwortung an sich bleibt bestehen. Zwar hilft die Enttabuisierung des Themas Young Carern besser mit ihrer Situation umgehen zu können, jedoch befreit es sie nicht daraus. Ziel des Bundesministeriums sollte es daher sein, Young Carer langfristig von ihrer Pflegetätigkeit zu entlasten. Dazu bedarf es einer Reform des Gesundheitssystems, welches in Zukunft nicht nur die zu pflegende Person betrachtet, sondern den Fokus auf die gesamte Familie legt, insbesondere auf Minderjährige, die potenzielle Young Carer sind.

Von der Antragstellung auf Reform, die in manchen Bundesländern ja bereits in die Wege geleitet wurde, bis hin zur tatsächlichen Umsetzung kann es bekanntlich jedoch Jahre dauern. Bis dahin ist jede Form wünschenswert, in der sich die Gesellschaft mit dem Thema Young Carer befasst. Sei es, weil die Kampagne ihren Zweck erfüllt

und die Zielgruppe erfolgreich sensibilisiert oder weil Kritik an ihr geübt wird. In beiden Fällen wird das Phänomen der Young Carer ins öffentliche Licht gerückt und besprechbar gemacht. Es kann davon ausgegangen werden, dass jede Form der Anerkennung und des Einsatzes für diese Gruppe seitens des Lebensumfeldes von Young Carern zu deren Unterstützung beiträgt.

Außerdem können Hilfsorganisationen, die primär Lobbyarbeit für Young Carer betreiben, von der Resonanz auf die Kampagne profitieren. Der Wille der Bevölkerung, Young Carer zu unterstützen, kann sich schließlich positiv auf die Unterstützung der Hilfsorganisationen auswirken.

Literaturverzeichnis

Alexander Langguth, Antwort der Landesregierung auf die Kleine Anfrage 2409 vom 2. Mai 2019, Düsseldorf, 2019

BMFSFJ,

1.1 in: bmfsfj.de: Starkmachen für Kinderrechte, 18.12.2015, [online] <https://www.bmfsfj.de/bmfsfj/service/publikationen/starkmachen-fuer-kinderrechte/96240>, Abgerufen 20.01.2021

1.2 Beratung für pflegende Kinder und Jugendliche - jetzt auch per Chat, in: bmfsfj.de, 29.10.2019, [online] <http://www.bmfsfj.de/bmfsfj/aktuelles/alle-meldungen/beratung-fuer-pflegende-kinder-und-jugendliche---jetzt-auch-per-chat/140494>, Abgerufen 15.01.2021

1.3 pausentaste.de: Hilfe, [online] <https://www.pausentaste.de/hilfe/>, Abgerufen 15.01.2021

1.4 in: staerker-als-gewalt.de, Gemeinsam stärker als Gewalt, 2021, [online] <https://staerker-als-gewalt.de/>, Abgerufen 20.01.2021

Bündnis 90/die Grünen, JUNGE SCHULTERN ENTLASTEN! Grüne Offensive für „Young Carer“ - Kinder, die ihre Eltern pflegen, in: Sozialpolitik, 30.10.2020, [online] <https://www.gruene-fraktion-bayern.de/index.php?id=15814>, Abgerufen 17.01.2021

Carers Trust,

1.1 in: carers.org: Making an impact on Young Carers Awareness Day 2020, [online] <https://carers.org/young-carers-awareness-day/making-an-impact-on-young-carers-awareness-day-2020>, Abgerufen 15.01.2021

1.2 in: carers.org: Together, we're making life better for every unpaid carer in the UK, [online] <https://carers.org/>, Abgerufen 15.01.2021

1.3 in: carers.org: Young Carers Action Day 2021, [online] <https://carers.org/young-carers-awareness-day/young-carers-action-day-2021>, Abgerufen 15.01.2021

Dam, K & Hall, E, Navigating in an unpredictable daily life: a metasyntesis on children's experiences living with a parent with severe mental illness, 3. Auflage, o.O.: Scandinavian Journal of sciences, 2016

Deutschland3000,

1.1 Pflege von Angehörigen: Wenn der Alltag zur Belastung wird, 2020, [YouTube] https://www.youtube.com/watch?v=_UaVZQxO2BU, Abgerufen 20.01.2021

1.2 Pflege von Angehörigen: Wenn der Alltag zur Belastung wird, 2020, [YouTube] https://www.youtube.com/watch?v=_UaVZQxO2BU, Abgerufen 20.01.2021

Echt Unersetzlich,

1.1 E-Mailberatung, [online] https://echt-unersetzlich.beranet.info/e-mailberatung.html?no_cache=1, Abgerufen 15.01.2021

1.2. in: Wir & unser Angebot, [online] <https://www.echt-unersetzlich.de/wir-und-unser-angebot-fuer-pflegende-jugendliche/>, Abgerufen 18.01.2021

EPYC c/o Pflege in Not, in: Wer sind junge Pflegende?, 2016, [online] http://www.ep-yc.org/wp-content/uploads/2016/09/EPYC_Flyer_druckfreigabe_6-Dez2016.pdf, Abgerufen 16.01.2021

eurocarers, in: eurocarers.org, ENABLING CARERS TO CARE, o. J., [online] <https://eurocarers.org/publications/enabling-carers-to-care/> Abgerufen 20.01.2021

eurocarers, in: Leitlinie zur Unterstützung der Rechte pflegender Angehöriger, Hamburg Eppendorf: Institut für Medizin-Soziologie, o.J.

Fehrle, Mortiz, Die Ehre genommen, in: Süddeutsche Zeitung, 14.10.2020, [online] <https://www.sueddeutsche.de/medien/serie-youtube-pflege-1.5069951>, Abgerufen 18.01.2021

Frech, Marianne / Nagl-Cupal, Martin / Leu, Agnes / Schulze, Gisela C. / Spittel, Anna-Maria / Kaiser, Steffen: Wer sind Young Carers? Analyse der Begriffsverwendung im deutschsprachigen Raum und Entwicklung einer Definition, Sciendo, o. O., 2019

Grischkat, Fabian, Er kümmerte sich jahrelang um seine Großmutter, 04.07.2020, [Instagram] <https://www.instagram.com/tv/CCOd1VjCV7K/>, Abgerufen 20.01.2021

- Holpern, Kate: Life as a young Carer, in: the guardian, 2013, [online] <https://www.theguardian.com/society/2013/feb/02/young-carer-teenager-mum-dad>, Abgerufen 15.01.2021
- Jost, Aline, in: Mobbing, 2020 [Instagram] <https://www.instagram.com/stories/highlights/18138655543017017/>, Abgerufen 20.01.2021
- Lux, Katharina / Eggert, Simon: Erfahrungen von Jugendlichen mit Pflegebedürftigkeit in der Familie, 1. Auflage, Berlin: Zentrum für Qualität in der Pflege, 2017
- M. & Pakenham, K., Youth adjustment to parental illness or disability: The role of illness characteristics, caregiving, and attachment, o.O.: Psychology, Health & Medicine, 2010
- Maas, Sebastian, Fack ju Pflege, in: Spiegel.de, 15.10.2020, [online] <https://www.spiegel.de/start/ehrenpflugas-werbung-des-familienministeriums-sorgt-fuer-aerger-a-15acde52-d587-433a-9a7c-466a71d2709e>, Abgerufen 18.01.2021
- Malwanne, in: „Das Video über meinen Bruder...“, [YouTube], <https://www.youtube.com/watch?v=zwxGlcM2ixQ&t=283s>, Abgerufen 20.01.2021
- Metzing, Sabine: Die Situation von Kindern und Jugendlichen als pflegende Angehörige, Abschlussbericht, Witten, 2018
- Nagl-Cupal, M. / Daniel, M. / Kainbacher, M./ Koller, M. & Mayer, H.: Kinder und Jugendliche als pflegende Angehörige: Einblick in die Situation Betroffener und Möglichkeiten der Unterstützung, Wien: ÖGB.-Verl., 2015
- Pausentaste,
1.1 in pausentaste.de: Hol' die Pausentaste jetzt an deine Schule, [online] <https://www.pausentaste.de/artikel/news/hol-die-pausentaste-jetzt-an-deine-schule/>, Abgerufen 17.01.2021
- 1.2 in: Angebote finden: Beratung, Gruppen und Workshops [online] <https://www.pausentaste.de/angebote-finden/>, Abgerufen 17.01.2021
- 1.3 in: Finde Angebote in deiner Nähe [online] <https://www.pausentaste.de/hilfe/>, Abgerufen 17.01.2021
- 1.4, in: Pausentaste.de:Für Fachleute, [online] <https://www.pausentaste.de/fuer-fachleute/>, Abgerufen 17.01.2021

- Rößer, Marina: Die Familienministerin ist jetzt auf TikTok, in: W&V, 27.05.2020, [online] https://www.wuv.de/tech/die_familienministerin_ist_jetzt_auf_tiktok, Abgerufen 17.01.2021
- Salzmann, B. / Kliem, A. / Ehmke, J.: Wenn Jugendliche sich um kranke Angehörige kümmern: Handbuch für Fachkräfte, Berlin: Pflege in Not, 2019
- social care institute for excellence, Transition in the Care Act 2014 and the Children and Families Act 2014, London, 2014 [online] <https://www.scie.org.uk/care-act-2014/transition-from-childhood-to-adulthood/adult-carer-transition-in-practice/>, Abgerufen 15.01.2020
- Stich, Julika & Adomeit, Janine, in: Offener Brief an Bundesgesundheitsminister Jens Spahn, Lübeck, 05.08.2018, [online] <https://young-helping-hands.de/project/offener-brief/>, Abgerufen 18.01.2021
- The Carers Foundation,
 1.1 in: Do you care?, [online] <https://www.thecarersfoundation.org/who-cares-campaign/>, Abgerufen 16.01.2021
 1.2 in: [thecarersfoundation.org](https://www.thecarersfoundation.org/): WE CARE FOR CARERS, [online] <https://www.thecarersfoundation.org/>, Abgerufen 16.01.2021
 1.3 Who's joined, [online] <https://www.thecarersfoundation.org/whos-joined/>, Abgerufen 16.01.2021
- The change foundation, Hidden: The Voices of Young Carers podcast, 2020, [online] <https://changefoundation.ca/hidden-the-voices-of-young-carers-podcast/>, Abgerufen 20.01.2021
- Twitter-User, in: twitter.com: Tweets unter dem Hashtag #youngcarersawareness-day, [online] https://twitter.com/search?q=%23youngcarersawareness-day&src=typed_query, Abgerufen 15.01.2021
- Wir pflegen!, Erster European Carers Day – 6. Oktober 2020, 14.10.2020, [online] <https://www.wir-pflegen.net/113-aktuelles/veranstaltungen/487-erster-european-carers-day-6-oktober-2020> Abgerufen 18.01.2021
- Young Helping Hands, young-helping-hands.de: Werte und Visionen, [online] <https://young-helping-hands.de/werte-und-vision/>, Abgerufen 15.01.2021

Abbildungsverzeichnis

Abb. 01: Adressaten von Hilfe/Pflege durch pflegende Kinder Quelle: Metzing, 2018, S.48	14
Abb. 02: Logo von Young Helping Hands Quelle: younghelpinghands.de	21
Abb. 03: Logo von Echt Unersetzlich Quelle: echt-unersetzlich.de	21
Abb. 04: Logo von Pausentaste.de Quelle: pausentaste.de	21
Abb. 05: Logo der Young Carer Hilfe Quelle: Youngcarer-Hilfe.de	21
Abb. 06: Tweet einer walisischen Politikerin anlässlich des Young Carers Awareness Day 2020. Sie verwendet eines der von Carers Trust bereitgestellten Assets Quelle: twitter.com	24
Abb. 07: Screenshot: Ausschnitt aus der Auflistung der Teilnehmer an der Kampagne „who cares?“, 2020 Quelle: thecarersfoundation.org	27
Abb. 08: Werbespot „Eltern pflegen ist kein Kinderspiel“ Quelle: Johanniter-Unfall-Hilfe in Österreich, youtube.com	28
Abb. 09: Plakat „Eltern Pflegen ist kein Kinderspiel!“ Quelle: Superhands Österreich	29
Abb. 10: kostenlose Druckdatei: Plakat über Kinder und Jugendliche mit Pflegeverantwortung Quelle: echt-unersetzlich.de	31
Abb. 11: Screenshot : IGTV-Beitrag von @Fabiangrischkat, 2020 Quelle: Instagram.com/Fabiangrischkat Mock-Up: freepik.com	31
Abb. 12: Screenshot: Startseite von Echt Unersetzlich Quelle: echt-unersetzlich.de Mock-Up: freepik.com	37

Abb. 13 : E-Mailberatung von echt unersetzlich, Verweis auf Nummer gegen Kummer und Telefonseelsorge Quelle: echt-unersetzlich.de Mock-Up: freepik.com.	37
Abb. 13.1: Titelbild der Handbuchs „Wenn Jugendliche sich um kranke Angehörige kümmern“	38
Abb. 14: Auszug aus „Do you care?“ ,Kostenlose Broschüre für Young Carer, die ihnen hilft, sich selbst als soche zu identifizieren und ihnen Ratschläge und Beratungsggellen an die Hand gibt Quelle: echt-unersetzlich.de.....	38
Abb. 15: Auszug aus Flyer, der Kinder und Jugendliche mit Pflege- verantwortung dazu motivieren soll, sich „zu zeigen“ Quelle: echt-unersetzlich.de.....	39
Abb. 16: Startseite von young-carers.de Quelle: young-carers.de Mock-Up: freepik.com.....	41
Abb. 17: Startseite von Young Helping Hands Quelle: young-helping-hands.de Mock-Up: freepik.com.....	41
Abb. 18: Screenshot aus SWR Nachtcafé Interview mit Julika Stich (Young Helping Hands) über ihre Erfahrungen als Young Carer Quelle: SWR, youtube.com Mock-Up: freepik.com.....	42
Abb. 19 : Screenshot aus Pressekonferenz Bündnis 90/ Die Grünen, Lana Rebhan (young-carers.de, 2. v. r.) über ihre Initiative Quelle: Grüne Fraktion Bayern, youtube.com Mock-Up: freepik.com.....	43
Abb. 20: Screenshot: Startseite von Pausentaste Quelle: pausentaste.de Mock-Up: freepik.com.....	45

Abb. 21: Auszug aus Unterrichtsmaterial, Übersicht über Vorschläge zur Unterrichtsgestaltung Quelle: Publikationsversand, BMFSFJ	46
Abb. 22: Instagram Repost der Nummer gegen Kummer e.V., Familienministerin Franziska Giffey im Interview mit TikToker NikotheC über das Angebot Pausentaste Quelle: nummergegenkummer_e.V., Instagram	46
Abb. 23: Screenshot aus YouTube-Video „Das Video über meinen Bruder... „Malwanne über die Initiative Pausentaste und dem Appell, sich dort Hilfe zu suchen Quelle: Malwanne, youtube.com Mock-Up: freepik.com	47
Abb. 24: Abonnenten des BMFSFJs Quelle: facebook.com, instagram.com, twitter.com	48
Abb. 25: Ausschnitt aus TikTok-Video, NikotheC bittet seine Community, ihre Erfahrungen zu posten Quelle: NikotheC, TikTok Mock-Up: freepik.com	49
Abb. 26: Screenshot aus TikTok-Video, Einzige Teilnahme an dem Aufruf Quelle: jackson_cos, TikTok Mock-Up: freepik.com	49
Abb. 27: Startscreen der Kampagnenwebsite eigenes Artwork Screenshot: invisionapp.com	75
Abb. 27.1: Screenshot der Kampagnenwebsite eigenes Artwork Screenshot: invisionapp.com	77
Abb. 28: Screenshot der Unterseite „who cares?“ eigenes Artwork Screenshot: invisionapp.com	79
Abb. 29: Screenshot der Unterseite „Why support them?“ eigenes Artwork Screenshot: invisionapp.com	81

Abb. 30: Screenshot der Unterseite „Bestellbestätigung“ eigenes Artwork Screenshot: invisionapp.com	83
Abb. 31: Screenshot der Unterseite „Show that you Care?“ eigenes Artwork Screenshot: invisionapp.com	83
Abb. 32: Screenshot der Unterseite „Spread the word!“ eigenes Artwork Screenshot: invisionapp.com	85
Abb. 33: Beispielhafte Gestaltung des Young Supporter Armbands eigenes Artwork: Farbliche Anpassungen und Re-Branding Quelle: Hiho Silver	87
Abb. 34: Mock-Up der Young Supporter Box eigenes Artwork Mock-Up: freepik.com	89
Abb. 35: Aufkleber, der dazu anhält, den Erhalt der Box online zu teilen eigenes Artwork	91
Abb. 36: Young Supporter Armband mit dem Hinweis, wozu es dient eigenes Artwork	91
Abb. 37 : Miniaturansichten: Young Carer Steckbriefe, Vorder- und Rückseite eigenes Artwork Quellen (v.l.n.r.): Hian Oliveira, Lisa Wall, Christopher Campbell, [Unsplash]	92
Abb. 38: Young Carer Steckbriefe, Beispiel Julie, Vorder- und Rückseite Bildquelle: Hian Oliveira, Unsplash	93
Abb. 39: Miniaturansichten: Broschüre für Young Supporter, Ansicht der Innenseiten eigenes Artwork	94
Abb. 40: Ansicht: Umschlag: Broschüre für Young Supporter eigenes Artwork	95
Abb. 41: Erste Doppelseite der Broschüre für Young Supporter eigenes Artwork	96

Abb. 42: Zweite Doppelseite der Broschüre für Young Supporter eigenes Artwork	98 – 99
Abb. 43: Zweite Doppelseite der Broschüre für Young Supporter eigenes Artwork	99 – 101
Abb. 44: Young Supporter Ausweis, Vorderseite eigenes Artwork	105
Abb. 45: Young Supporter Ausweis, Rückseite eigenes Artwork	105
Abb. 46: Miniaturansichten: Social Media Anzeigen, Motive mit Instagram-Maske eigenes Artwork Fotos: istock.com	108
Abb. 47: Werbeanzeige auf Instagram, Motiv: Party eigenes Artwork Foto: istock.com	109
Abb. 48: Werbeanzeige auf Instagram, Motiv: Pizza eigenes Artwork Foto: istock.com	111
Abb. 49: Werbeanzeige auf Instagram, Motiv: Ausschlafen eigenes Artwork Bildquelle: istock.com	113
Abb. 50: Posting des BMFSFJs zum Kampagnenstart, Motiv: Pizza eigenes Artwork	115
Abb. 51: Posting des BMFSFJs, Motiv: Ausschlafen eigenes Artwork	117
Abb. 52: Posting von Franziska Giffey: Sie trägt das Young Supporter Armband und zeigt damit, dass sie ein Young Supporter ist Quelle: Franziska Giffey, instagram.com	119
Abb. 53: Auszug aus: Briefing für Darsteller:innen eigenes Artwork	121
Abb. 54: Miniaturansichten: Texteinblendungen in Format „who cares?“ eigenes Artwork	122

Abb. 55: Instagramvideo: Julie, eigenes Artwork Darstellerin: Julie Foto, Mädchen mit Pferd: Florian Doppler (pexels.com) Video, Essende Kinder: Ivan Samkov (pexels.com).....	123
Abb. 56: Instagramvideo: Nele Darstellerin: Nele Quellen:	124
Abb. 57: Instagramvideo: Leon Darsteller: Leon Rose Quellen:	124 – 125
Abb. 58: Instagramvideo: Laura Darstellerin: Laura Quellen:	125
Abb. 59: Beispielpost Teil 1: Aline Jost (Schauspielerin) Foto: Aline Jost, instagram.com.....	128
Abb. 60: Beispielpost Teil 2: Aline Jost (Schauspielerin) Foto: Aline Jost, instagram.com	129
Abb. 61: Plakatwerbung an Bushaltestelle, eigenes Artwork Foto: istock.com Mock-Up: freepik.com.....	133
Abb. 62: Citylight, Motiv: keine Hausaufgaben gemacht, eigenes Artwork Foto: istock.....	134
Abb. 63: Citylight, Motiv: Party entgehen lassen, eigenes Artwork Foto: istock.....	136
Abb. 64: Schulplakat, Motiv: Bus verpasst, eigenes Artwork Foto: istock.....	138
Abb. 65: Werbespot Storyboard Quelle: Tima Miroshnichenko, pexels.com.....	141
Abb. 66: Screenshot: Pausentaste.de, Startseite und daraus abgeleitetes Farbschema Screenshot: pausentaste.de.....	143

Anhang 1: Experteninterview

Interviewpartnerin: Janine Adomeit

Datum: 03.09.2020

I: Hallo Janine, könntest du kurz erzählen, wer du bist, was deine Aufgaben bei Young Helping Hands sind, was dein Hintergrund ist, einfach, um dich als Person einordnen zu können.

B: Ich bin ehemalige Young Carerin, sowie alle, die bei Young Helping Hands arbeiten. (...) Ich bin 2018 zu Young Helping Hands dazugestoßen, weil ich festgestellt habe, dass das Thema Young Carer in Deutschland nicht so bekannt ist. (...) Ich wusste, dass es diesen Fachbegriff zu meiner Situation gibt, aber da es so wenig Fachliteratur aus Deutschland, bzw. auf deutsch gab, auch keine Kampagnen usw., habe ich es nie geschafft, die Informationen für mich daraus zu ziehen, die ich gerne gehabt hätte. Irgendwann bin ich dann auf Young Helping Hands gestoßen. (...) Ich hatte bisher in meinem Leben noch nie jemanden getroffen, dem es ähnlich ging wie mir, wobei ich heute sagen muss: Ich hab niemanden bewusst getroffen. (...) Es kann gut sein, dass ich irgendwann mal jemanden getroffen habe, nur, dass diejenigen nie darüber gesprochen haben. (...) Wir sind jetzt sieben Erwachsene, Mitte zwanzig bis Mitte Dreißig, alles Frauen. (...) Wir können reflektiert auf die Situation zurückblicken, wie es war. Das Problem ist, dass die meisten aktiven jungen Pflegenden [ihre Situation] gar nicht so auf dem Schirm haben, weil das für sie der Normalzustand ist. (...) Was uns [bei Young Helping Hands] oft passiert, ist, dass Medien auf uns zukommen und fragen, ob wir Kontakte zu jungen Pflegenden herstellen können, weil sie dann gerne eine Reportage darüber drehen oder schreiben wollen. Das machen wir explizit nicht. Wir möchten da nicht den Kontakt herstellen, weil wir finden, das steht uns nicht zu. Unsere Aufgabe ist es, aufzuklären und darüber zu informieren, dass es diese Gruppe gibt, aber wir fühlen uns nicht wohl damit, die Kinder den Medien zuzuführen, weil das ein unglaublich sensibles Thema ist. (...) Wir kennen einige junge Pflegende, entweder im erweiterten Familienkreis oder durch bestimmte Vereine oder Organisationen, mit denen wir in Kontakt stehen, aber wir würden da niemals irgendwelche Kontaktdaten rausgeben. (...)

Im Moment müssen wir gar nicht mehr so oft an die Medien herantreten, sondern die melden sich bei uns. Das ist schön! Wir bedienen tatsächlich alle Medien von Tageszeitung, Radio, Fernsehen und ganz viel online und kooperieren mit Vereinen, die ähnliche Ziele gesteckt haben, wie wir und versuchen da ganz viele Aktionen zu starten.

I: Das bedeutet ihr adressiert damit in erster Linie Leute, die auch für diese Medien empfänglich sind? D. h. eine NDR-Talkshow nach 22 Uhr würde wahrscheinlich eher von jemandem im Erwachsenenalter gesehen werden, richtig? Welche Zielgruppen deckt ihr momentan mit eurer Arbeit ab?

B *schmunzelt*: Du hast recht, wir haben zum einem diese eher klassischen Formate, zum Beispiel NDR-Talkshows, worauf wir aber ziemlich viel Resonanz bekommen haben, weil das immer Menschen sehen, denen dann auffällt, dass sie jemanden kennen, bei dem das so ist, oder Menschen, denen auffällt, dass sie selber ein Young Carer waren. (...) Oder Menschen, [die ich bei uns melden], die sagen: „Ich kenne jemanden, bei dem das so ist. Wie kann ich da helfen, ohne übergriffig zu sein?“ Und dann gibt es Plattformen, die sich eher an die jüngere Zielgruppe richten, das ist zum Beispiel die Pausentaste in Berlin oder Echt Unersetzlich. (...) Da bringen wir auch immer wieder Beiträge oder geben Interviews.

I: Das heißt es gibt schon ein Netzwerk zwischen den einzelnen Initiative, die möglichst eine große Fläche abdecken?

B: Jein. Es ist ein sehr loses Netzwerk. Es ist nicht so, dass wir immer gut Bescheid wissen, was die [anderen Initiativen] machen. Das ist eher auf einer freundschaftlichen Basis. (...)

I: Seid ihr denn auch auf Fachtagungen vertreten oder gebt Schulungen o. ä.?

B: Wir haben letztes Jahr (2019) damit begonnen, Material dafür zu sammeln und dann kam Corona und hat dieses Vorhaben zerschlagen. Wir hatten Einladungen auf Fachtagungen und Workshops, zum Beispiel waren zwei Mitarbeiterinnen eingeladen zu einem Workshop, der sich an Azubis im Bereich Gesundheitskaufmann/Gesundheitskauffrau richtete. Das wurde coronabedingt abgesagt. Da ging es primär drum, das Bewusstsein für Young Carer zu wecken und zu schärfen. Genauso hatten wir bereits eine Einladung zu einer Lehrerfortbildung. (...) Es liegt alles in der Schublade, nur 2020 hat uns einen Strich durch die Rechnung gemacht. (...) Julika (Gründerin von Young Helping Hands) hat vor zwei Jahren auch schon Vorträge auf Fachtagungen gehalten.

I: Wer kommt dann zu solchen Tagungen und Fortbildungen? Sind das freiwillige Veranstaltungen, wo Menschen kommen, die sich in dem Bereich fortbilden wollen oder gibt es verpflichtende Fortbildungen?

B: (...) Das sind Veranstaltungen, die sich konkret an Menschen richten, die in der Pflege arbeiten oder sich damit politisch beschäftigen. Sie sind auch an pflegende Angehörige gerichtet. Ich weiß allerdings nicht, wie diese Einladungen verschickt werden. (...) Tendenziell interessieren sich natürlich Menschen dafür, die selbst Pflegebedürftigkeit in der eigenen Familie erlebt haben oder noch erleben. Das ist das Große Problem. Es ist schwer, die Empathie der Menschen und ihre Zeitreserven zu erreichen. (...) Wir arbeiten im Moment zusammen mit der Young Carer Hilfe aus Bayern und wir wollen zusammen einen Prototypen der Young Carer Card einrichten wie es sie in England gibt. Damit können sich Young Carer sozusagen ausweisen und damit sind verschiedenen Vergünstigungen verbunden. Es soll aber auch ein bisschen dafür da sein, dass zum Beispiel Lehrer, Fachkräfte wissen: „Das ist ein Young Carer, der hat eine besondere Aufgabe und Belastung zu Hause und leistet auch besonderes.“ Und es soll dazu führen, dass Young Carer stolz auf ihre Rolle sind. Ein bisschen wie ein Zertifikat. Dieses Thema ist einfach extrem tabubehaftet und schamhaft. Wir versuchen [die Young Carer Card] als Prototyp einzuführen, (...) und die Young Carer Hilfe ist bereits an viele Schule herangetreten und hat gefragt: „Können Sie die Modell-Schule für dieses Projekt sein?“ (...) In einem Fall hat der Schuldirektor zu unserer Partnerin gesagt: „Ja, Sie haben Recht, das ist total wichtig, aber Sie dürfen nicht vergessen: Als Schuldirektor habe ich für gute Laune zu sorgen und für eine schöne Fassade nach außen.“ Er meinte, würde er jetzt auf solche Probleme aufmerksam machen, dann würde sich das negativ auf den Ruf der Schule auswirken. Er könne es sich nicht erlauben zu sagen: „Wir haben Young Carer an der Schule.“, denn das wäre wie ein Fleck auf der weißen Weste (...) Das ist mit das größte Problem: in Deutschland [sind Young Carer] ein Schamthema, ein komplettes Tabuthema. Auch diese ganze häusliche Pflege, während es in Großbritannien eine richtige Infrastruktur für Young Carer gibt. Da wird sich auch um die Familien gekümmert. Ich sag jetzt nicht, dass das britische Gesundheitssystem super ist, aber es gibt eine andere Schwerpunktverteilung. In Deutschland wird da einfach weggesehen. Die Last und die Verantwortung bleibt bei den Angehörigen, bzw. ich habe den Eindruck, die soll da auch bleiben. Es können wirklich nur sehr sehr wenige Menschen dazu eine Beziehung etablieren.

I: Weißt du, wie es in England dazu gekommen ist, dass das Thema Young Carer so eine hohe Akzeptanz hat? Ist das einfach eine andere Mentalität?

B: Das liegt daran: Es gibt in England die sog. systematische Therapie. (...) Die gibt es in Deutschland auch, aber nicht für Kinder. In England ist es so, dass eine systematische Therapie sich an die ganze Familie richtet. Wenn ein Erwachsener chronisch krank ist, dann wird das Therapieangebot immer gleich auf die Familie erweitert. Es gibt in England also ein ganzheitliches Therapieangebot. Deswegen sind diese Kinder (Young Carer) auf dem Radar des Gesundheitssystems. In Deutschland wird die systematische Therapie anscheinend erst seit zwei Jahren erlaubt und das auch nur für Erwachsene. Sie wird nicht auf die Familie erweitert, sondern richtet sich nur ans Individuum. So ist meiner Meinung nach das ganze Gesundheitssystem in Deutschland aufgebaut: Es geht immer um die eine erkrankte Person, aber nicht um das Umfeld und die Familie. (...) Deshalb wusste man in England schon viel früher, dass es diese Kinder gibt. (...) Darum ist es auch unser Ziel, darauf aufmerksam zu machen, dass eine Krankheit niemals nur die erkrankte Person betrifft. (...)

I: In Österreich gibt es ja die Superhands, die es ja mittlerweile auch in Deutschland gibt. Ich bin im Zuge meiner Recherche auf die damalige Kampagne gestoßen, womit sie die Superhands in Österreich beworben haben und bin darüber erstaunt, dass es in Deutschland noch nichts vergleichbares an Öffentlichkeitsarbeit gibt. Es gibt zwar eine Website, die aussieht wie die österreichische auch, aber irgendwie passiert da nichts.

B: Nein, es passiert auch nichts. Darum ist auch unsere Aufgabe, immer wieder darauf aufmerksam zu machen: Es gibt diese Kinder und einer muss sich kümmern! Im Moment wird die Verantwortung einfach hin und her geschoben. Wir haben uns ja auch ans Gesundheitsministerium bzw. An Herrn Spahn persönlich gewendet und da einen offenen Brief hingeschrieben. Die Antwort die zurück kam war: Es gäbe doch schon so viel Hilfe für pflegende Angehörige und es gäbe ja auch Kurse wo man häusliche Pflege lernen könnte. Julika und ich sind fast vom Stuhl gefallen, weil wir gedacht haben: Wollen die uns jetzt ernsthaft sagen, dass Kinder einen Kurs belegen sollen, um ihre Eltern zu pflegen? Da sieht man: Als pflegende Angehörige werden Erwachsene betrachtet und nicht Kinder.

I: Man hat auch so ein bisschen das Gefühl, als ob es dem Staat ganz lieb wäre, wenn die Angehörigen die Aufgaben übernehmen.

B: Dem Staat ist das unglaublich lieb, ja! Klar, wenn alle pflegenden Angehörigen von heute auf morgen aufhören würden, dann hätten wir in Deutschland ein richtiges Problem.

I: Ich bin gerade an dem Punkt zu überlegen: was bedeutet das für mich und für meine Aufgabenstellung? Ich überlege, inwiefern eine Werbemaßnahme sinnvoll ist und an wen sie sich letzten Endes richten soll.

B: Ich kann dir gerne berichten, was mir geholfen hätte, als ich junge Pflegende war oder wie ich darauf aufmerksam geworden wäre: Als ich in dem Alter war, gab es noch kein Social Media usw., aber das wäre sicherlich ein Weg gewesen, wie ich darauf aufmerksam geworden wäre. Es hätte mir geholfen, wenn in meiner Schule einfach mal so ein Plakat gehangen hätte, wo drauf steht „Kümmerst du dich um deine Eltern? Du bist nicht allein, du bist ein Young Carer.“ Und dann eine Website dazu. Es hätte mir geholfen, wenn auch im Lehrerzimmer so ein Plakat gehangen hätte, damit meine Lehrer Bescheid wussten. Es hätte mir geholfen, wenn dieses Thema einfach präsenter gewesen wäre. (...) Es hätte mir geholfen, hätte ich gewusst an wen ich mich wenden kann, wenn ich Probleme deswegen habe. (...) Ich hätte es total toll gefunden, wäre ich damals bei YouTube über ein Video gestolpert von einer Person, die mein Alter damals hatte und gesagt hätte „ich mache den ganzen Tag das, das und das und ich hab die und die Probleme, ich bin nämlich ein Young Carer.“ Da wäre mir ein totales Licht aufgegangen. (...) Ich glaube, gerade für Heranwachsende sind Identifikationsfiguren sehr wichtig.

I: Ich habe mir bisher zwei Ansätze überlegt: Das eine wäre, eine Art Empowerment zu machen für Young Carer selber, der aber auch darauf aufmerksam macht, dass es Anlaufstellen gibt und zu kommunizieren: „Hey, was ihr macht ist super lobenswert und verdient größten Respekt.“ Der andere Ansatz wäre zu sagen: Das Problem ist, als Young Carer habe ich das Gefühl, ich kann mich niemandem anvertrauen, darum öffne ich mich nicht. Deshalb geht man ganz klar bspw. an Mitschüler ran und versucht, diese für das Thema zu sensibilisieren und zu sagen: „Es gibt Leute in deinem nahem Umfeld, die nicht nach Hause kommen und da steht das Essen auf dem Tisch, sondern die noch das und das und das erledigen müssen.“ Man würde im Prinzip ein Verständnis innerhalb des Umfeldes schaffen, sodass man als Young Carer erkennt: „Oh, ich bin ja selber davon betroffen.“ Als Zielgruppe definiert man aber eher das Umfeld. Ich denke, wenn man Young Carer zu früh dazu auffordert, sich zu zeigen und für sich stark zu machen, dann stoßen sie auf Ablehnung, weil das Phänomen immer noch nicht bekannt ist.

B: Ich glaube das ist beides extrem ersichtlich und sinnvoll. Auf der einen Seite das Empowerment, auf der anderen Seite die Empathie. Ich kann dir da schlecht sagen, was besser wäre. Vielleicht kann man das ja auch irgendwie verbinden.

I: Wenn ich Young Carer anspreche, bspw. über eine Social Media Kampagne oder Plakate in Schulnähe, die würden ja dann nicht nur Young Carer sehen, sondern natürlich auch ihr direktes Umfeld. Da muss man natürlich die Brücke schlagen, dass sich beide Parteien angesprochen fühlen.

B: Es wäre auf jeden Fall wichtig, an Orten wie Schulen oder Freizeitzentren anzufangen, denn man muss diese Kinder irgendwie erwischen. In der Regel ist die Schule ein guter Ort, weil es eine Schulpflicht gibt und alle Kinder dahin müssen. (...) Die Frage ist: Wenn man sich jetzt an die Zielgruppe der Klassenkameraden wendet, die nicht diese Familie Situation zu Hause haben, was kommuniziert man denen? So was wie „nehmt Rücksicht“ ist leider sehr abstrakt. Womöglich kann da so ein zwölfjähriger nichts mit anfangen.

I: Ich finde es total faszinierend, was die junge Generation auf die Beine Stellen kann, wenn sie im Kollektiv sagt: „der passiert was, was so nicht sein darf!“, zum Beispiel Friedas for Future. (...) So etwas kann ich mir für Young Carer auch vorstellen.

B: Da geht's natürlich auch um Teilhabe und soziale Gerechtigkeit. Vielleicht kannst du damit auch etwas viel Originelleres machen. (...) Viele Young Carer schaffen zu Beispiel ihre Ausbildung nicht oder sie müssen schauen, dass der Ausbildungsort nah an zu Hause ist. Das schränkt natürlich auch noch mal ein. Und die Teilhabe ist natürlich nicht gewährleistet. Wenn du den ganzen Tag zu Hause bist und aufpassen musst, dass Mami und Papi nicht hinfallen im Rollator oder so, dann bist du nicht auf Partys. (...) Man ist halt eh schon so isoliert, man hat viel mehr Druck, weniger Zeit, viel mehr Sorgen, muss viel mehr organisieren. Die eigenen Ressourcen sind halt sehr sehr schmal. Wenn man darauf aufmerksam machen würde: „Es gibt eine Gruppe von Leuten, da sind vielleicht Freundinnen und Freunde von euch dabei, denen hilft der Staat nicht oder denen hilft die Gesellschaft einfach nicht – Guckt da mal hin. Die haben vielleicht in der Schule oder in der Ausbildung viel weniger Chancen als eher und das ist einfach ungerecht.“ Da müsste man eigentlich auch

drauf aufmerksam machen. (...) ähnlich wie die sogenannten Arbeiterkinder müssen auch Young Carer gefördert werden, denn sie haben auch nicht die gleichen Chancen wie andere Kinder. (...)

Bei mir war es so: Ich hatte früher eine Freundin, die konnte es gar nicht verstehen, dass ich früher häufiger mal niedergeschlagen war. Sie hat immer gesagt: „Was musst du denn zu Hause machen? Das kann doch gar nicht so viel sein.“ Dann hab ich ihr das erzählt und dann meinte sie: „Ja, das muss ich auch machen!“ Dann habe ich ihr erklärt, dass es etwas anderes ist, wenn man ständig in Panik lebt, dass der Mutter etwas passieren könnte. Zum Beispiel helfen viele Kinder in der Küche mit. Aber es ist was anderes, wenn du dabei ständig mit einem Ohr hörst, ob deine Mutter noch im Stuhl sitzt oder hingefallen ist. (...) Es ist ein krasser Unterschied, ob du zu Hause hilfst oder ob du auch pflegst. Das hat meine damalige Freundin mit ihren 13 Jahren nicht verstanden.

I: Glaubst du, dass man speziell diese Freundin im Vorhinein dafür hätte sensibilisieren können?

B: Wie gesagt, ich glaube schon, dass es hätte funktionieren können, wenn ich damals einfach mehr Selbstbewusstsein gehabt hätte. (...) Hätte ich mehr Selbstbewusstsein und mehr stolz auf meine Rolle gehabt, hätte ich ihr gesagt: „Pass mal auf! Ich möchte dich mal sehen, wenn du einen Tag lang mal das machst, was ich jeden Tag machen.“

I: Das heißt, es wäre sinnvoll zu sagen: „Young Carer, was ihr macht, ist gut 'ne krasse und schwierige Sache. Lasst euch nicht einreden, dass dem nicht so ist.“ (...)

B: Genau, man sollte diesen Kindern einfach vermitteln: „Ihr habt Bedürfnisse und das ist auch völlig normal. Steht für diese Bedürfnisse ein!“ Die Kinder wollen einfach nur, dass sie gesehen werden und dass man ihnen zuhört. Ich würde das natürlich auch gerne auf die Familien ausweiten und denen sagen: „Ihr müsst euch nicht schämen!“ Aber das ist noch mal viel viel schwieriger und ein ganz anderes Thema. (...) Kinder und Pflegebedürftige sind ja auch gleichermaßen schutzbedürftig. Das darf man nicht vergessen. (...)

I: Okay, ich glaube, ich bin an einem Punkt, an dem ich weiß, wie ich weitermachen soll. Ich danke dir ganz ganz herzlich für die Einblicke, die du mir gewährt hast. Ich halte dich gerne auf dem Laufenden was die Entwicklung meiner Kampagne angeht.

EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG FÜR DIE ABSCHLUSSARBEIT

Hiermit erkläre ich an Eides statt, dass ich die vorliegende Abschlussarbeit mit dem

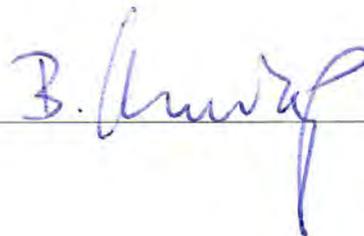
Titel: **Prepare to care**

Untertitel: Kampagne für mehr Unterstützung und Wertschätzung von Young Carern durch ihr direktes Lebensumfeld

selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel verwendet habe. Die Stellen der Arbeit, die anderen Quellen im Wortlaut oder dem Sinn nach entnommen wurden, sind durch Angaben der Herkunft kenntlich gemacht. Dies gilt auch für Zeichnungen, Skizzen, Grafiken, Schemata, bildliche Darstellungen sowie für Quellen aus dem Internet.

Studierende/r
Name, Vorname: **Ossenkop, Birte Fenja**

Ort, Datum
Unterschrift: Düren, 27.01.2021



Impressum

Prepare to care

Wissenschaftlich theoretischer Teil
der Bachelorarbeit von Birte Fenja Ossenkop

Bachelorarbeit

Von Birte Fenja Ossenkop
Kommunikationsdesign mit Praxissemester
Am Wehr 57
52355 Düren

Betreut von:

Prof. Dipl.-Kom. Christoph Scheller
Prof. Dr. phil. Sabine Fabo
FH Aachen – Fachbereich Gestaltung
Wintersemester 2020/2021
Boxgraben 100
52064 Aachen

