

PFLEGEKAMPAGNE DESIGN-MANUAL

MACH DICH
#StarkFuerPflege

INHALT

VORWORT	3	SOCIAL MEDIA	15
KAMPAGNENZIEL	4	Formate und Anwendung	15
Pflegekampagne »Mach Dich #StarkFuerPfleger«	4	KAMPAGNENMOTIVE	19
HASHTAG	5	MOTIVÜBERSICHT	20
Typografie und Farbgebung	5	Gestaltungsprinzip	21
Anwendung	6	MATERIAL	22
Unzulässige Anwendung	7	TERMINE	23
Anwendung im Fließtext	8	IMPRESSUM	24
GESTALTUNGSELEMENTE	9		
Farben	9		
Typografie	10		
MASSNAHMEN	11		
Unsere konkreten Maßnahmen für euch	11		
Petition	12		
Tag der Pflege 12. Mai 2025	13		
Einsetzen von Promis – auch lokal	14		

VORWORT



Diakonie/Die Hoffotografen

Elke Ronneberger

Diakonie-Bundesvorständin Sozialpolitik

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

ich freue mich, Ihnen das Kampagnenhandbuch zur Pflegekampagne der Diakonie Deutschland vorstellen zu können. Unter dem Motto »Auch Du brauchst Pflege. Irgendwann« setzen wir uns gemeinsam für die Belange der Pflege ein und wollen die politische Agenda und Diskussion der kommenden Legislaturperiode aktiv mitgestalten. Die Herausforderungen in der Pflege sind vielfältig und erfordern ein starkes gemeinsames Engagement.

In diesem Handbuch finden Sie wertvolle Informationen, Vorlagen und Materialien, die Ihnen dabei helfen, unsere Kampagne in Ihrem Verband oder Ihrer Einrichtung umzusetzen. Wir freuen uns, wenn Sie das Anliegen einer grundlegenden Pflegereform auch in Ihrer Region bekannt machen.

Lassen Sie uns gemeinsam das Thema Pflege ganz oben auf die bundespolitische Agenda setzen. Sprechen Sie mit Ihren regionalen Politiker:innen, posten Sie unter dem Hashtag **Mach Dich #StarkFuerPflege** und werben Sie für unsere Petition.

Machen wir uns stark für die Pflege – für eine Zukunft, in der jeder Mensch die Unterstützung bekommt, die er braucht.

Herzlichen Dank für Ihr Engagement und Ihre Unterstützung!

Elke Ronneberger

Bundesvorständin Sozialpolitik

Diakonie Deutschland

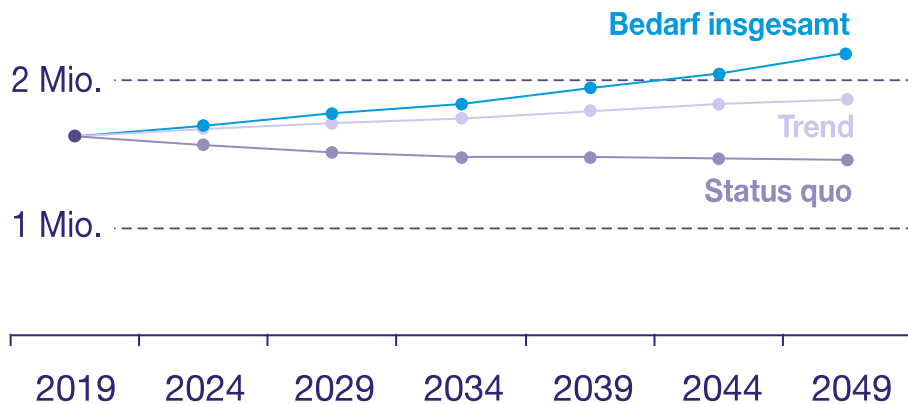
KAMPAGNENZIEL

Pflegekampagne »Mach Dich #StarkFuerPflege«

Bereits heute sind 85 Prozent der ambulanten Pflegedienste überlastet und müssen immer wieder neue Patientinnen und Patienten ablehnen.

Mit dem demografischen Wandel wird die Zahl pflegebedürftiger Menschen in den nächsten 25 Jahren um rund zwei Millionen steigen, während schon jetzt zehntausende Pflegekräfte fehlen.

Früher oder später müssen wir uns alle mit dem Älterwerden auseinandersetzen. Mit unserer Pflegekampagne wollen wir möglichst viele Menschen und die Politik überzeugen, die Pflege zu reformieren.



Datenbasis 2019: Mikrozensus 2019
© Statistisches Bundesamt (Destatis), 2025



MACH DICH #StarkFuerPflege

HASHTAG

Typografie und Farbgebung

Für unsere Kampagne haben wir einen eigenen Hashtag entwickelt, der Inhalte online verbindet und in unseren Kampagnenmaterialien genutzt werden kann. Zur einheitlichen Verwendung haben wir Regeln definiert:

- Der Hashtag kann, je nach verfügbarem Platz, entweder in einer Reihe oder gestapelt mit dem Zusatz »Mach Dich« in Großbuchstaben dargestellt werden.
- In der gestapelten Variante erstreckt sich »Mach Dich« über die gesamte Breite des Hashtags, sodass ein kompakter Schriftblock entsteht.
- Idealerweise unterscheiden sich die Farben der Satzbestandteile: »Mach Dich« wird in Cyan und der Hashtag in Helllila dargestellt.
- Als Schriftart wird der Diakonie-CI-Font »Helvetica Neue LT Std« verwendet, in den Ausführungen 95 Black und 75 Bold. Die Schriftart muss lizenziert bzw. gekauft werden.

Variante 1 – Horizontal

MACH DICH #StarkFuerPflege

Variante 2 – Vertikal

»MACH DICH« immer über die gesamte Hashtagbreite

MACH DICH
#StarkFuerPflege

HASHTAG

Anwendung

- Der Hashtag sollte idealerweise auf einem dunkellila Hintergrund stehen, um ausreichend Farbkontrast zu gewährleisten.
- Bei einem hellen Hintergrund kann die umgekehrte Farbgebung verwendet werden.
- Falls der Kontrast nicht ausreicht, sollte der Hashtag einfarbig in weiß oder schwarz dargestellt werden.
- Der Hashtag kann für alle Aktionen, Printprodukte und digitalen Beiträge genutzt werden, die im Zusammenhang mit der Kampagne stehen.
- Der zusätzliche Hashtag »#PflegerreformJetzt« kann insbesondere für die Petition und politische Ansprache verwendet werden und erscheint meist auf einem hellblauen Hintergrund.

MACH DICH
#StarkFuerPfleger

MACH DICH
#StarkFuerPfleger

MACH DICH
#StarkFuerPfleger

HASHTAG

Unzulässige Anwendung

- Der Hashtag sollte entsprechend den Empfehlungen auf S. 6 dargestellt werden.
- Abwandlungen wie unten sind zu vermeiden.



HASHTAG

Anwendung im Fließtext

Unser Hashtag #StarkFuerPflege kann sowohl allein als auch mit dem auffordernden Zusatz »Mach Dich« und entsprechenden Variationen verwendet werden – sowohl am Satzanfang als auch im Fließtext.

Sowohl im Satz als auch am Satzanfang

#StarkFuerPflege

Anwendungsbeispiele

Am Satzanfang: Mach dich #StarkFuerPflege!

Im Fließtext: Abonniert unseren Kanal, informiert euch und macht euch #StarkFuerPflege!

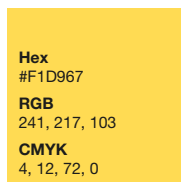
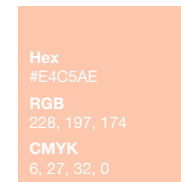
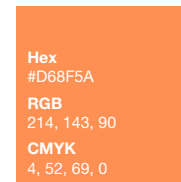
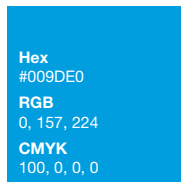
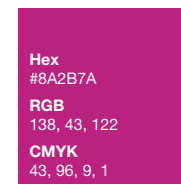
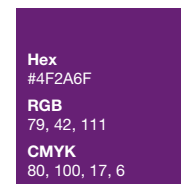
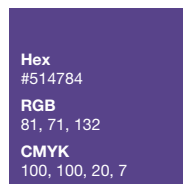
GESTALTUNGSELEMENTE

Farben

- Die Kampagne hat eine eigene Farbpalette, die einzelne Farben aus der aktuellen Diakonie-CI aufgreift und um zusätzliche Pastelltöne ergänzt.
- Texturen aus dem Film können ebenfalls für die Gestaltung verwendet werden (siehe Beispiel unten).



Film zur Pflegekampagne
»So gelingt gute Pflege für alle«



GESTALTUNGSELEMENTE

Typografie

- Als Schriftart wird der Diakonie-CI-Font »Helvetica Neue LT Std« in verschiedenen Ausführungen verwendet. Die Schriftart muss lizenziert bzw. gekauft werden.
- Die Absatzformate variieren in Schriftgröße und Farbgebung: Je nach Hintergrundfarbe wird Dunkellila oder Helllila verwendet.
- Die Schriftfarbe Cyan kann neben Überschriften der zweiten Klasse (H2) auch für Akzente in Überschriften der ersten Klasse (H1) verwendet werden.

ÜBERSCHRIFTEN H1

Helvetica Neue LT Std
95 Black – Majuskeln

Überschriften H2

Helvetica Neue LT Std
75 Bold

Zwischenüberschriften

Helvetica Neue LT Std
55 Roman

Texte – Sunt essit expliquam cusa volo evenimi, officto debit qui sequiam explacc usapietur, quiatescidit inis di beaquae molupta esciatus cus dese.

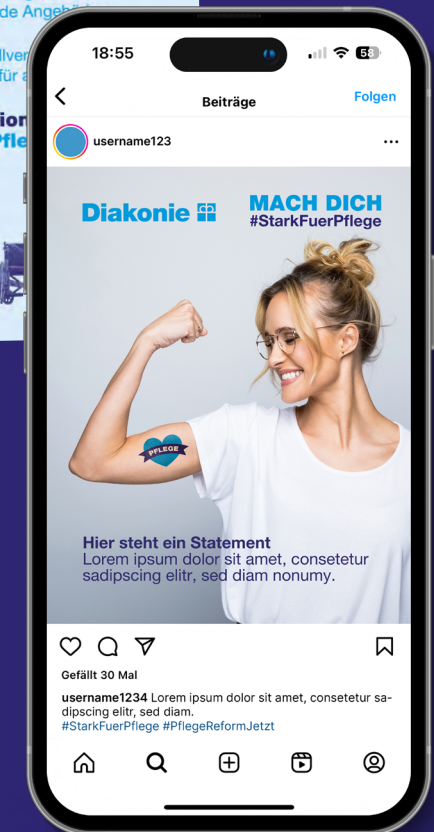
Helvetica Neue LT Std
55 Roman

MASSNAHMEN

Unsere konkreten Maßnahmen für euch

Um unsere Kampagne in die Öffentlichkeit zu tragen, haben wir konkrete Maßnahmen entwickelt, die leicht adaptiert und verbreitet werden können:

- **Die Petition »Mach Dich Stark Für Pflege« auf [Campact](#).** Wir wollen über 100.000 Unterschriften sammeln. Teilt dafür die Petition digital per Newsletter, Social Media und Mail-signatur oder analog mit Plakaten und Unterschriftenlisten.
- **Der Tag der Pflege am 12.05.** Wir haben Plakate, Giveaways und Canva-Vorlagen entwickelt, mit denen ihr am Tag der Pflege Haltung zeigen könnt.
- **Einsetzen von Promis – auch lokal.** Für die Pflegekampagne haben wir Prominente künstlich altern lassen. Auch ihr könnt unsere Motive online mit lokalen Prominenten adaptieren und teilen. Habt ihr Interesse? Dann schreibt uns für weitere Infos eine Mail an pflegekampagne@diakonie.de.
- **Mitmachaktionen auf Social Media.** Der schnellste Weg, unsere Kampagne zu verbreiten, ist über Social Media. Macht mit bei unseren Aktionen und seid online laut. (ab Seite 15)



MASSNAHMEN

Petition

Die Petition »Mach Dich Stark Für Pflege« auf Campact

Bewerbt die Petition der Diakonie zusammen mit vielen anderen Verbänden. Unser Ziel: mehr als 100.000 Unterschriften, die wir kurz vor dem Tag der Pflege (12.05.2025) dem Bundesministerium für Gesundheit in Berlin übergeben.

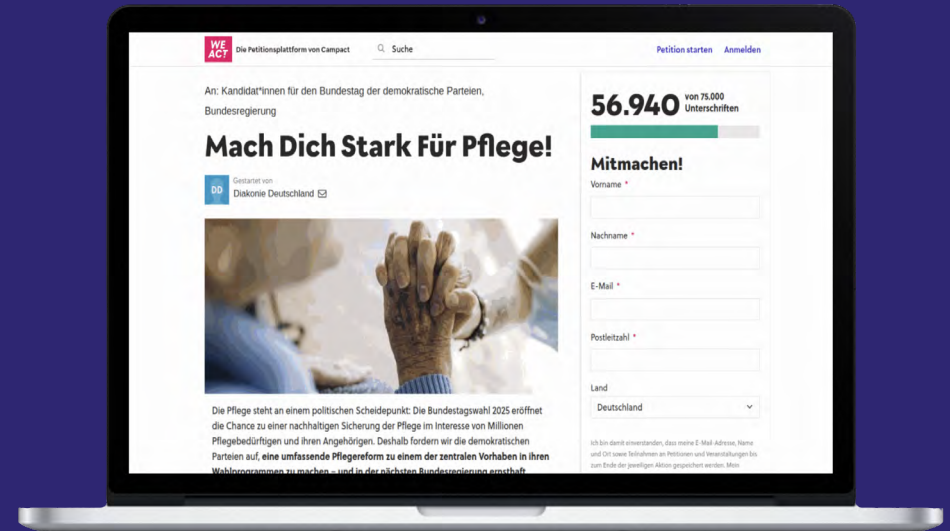
Wir wollen, dass die Bundesregierung eine umfassende Pflege-reform zu einem zentralen Vorhaben macht. Die Punkte dieser Reform müssen unter anderem sein: pflegende Angehörige besser absichern, Pflegebedürftige und ihre Angehörigen unterstützen, Finanzierung sichern.

So könnt ihr unterstützen:

- Link der Petition per Newsletter oder Mail verschicken.
(<https://weact.campact.de/petitions/mach-dich-stark-fur-pflege>)
- Plakate mit Petitionsaufruf in A3 oder A4 ausdrucken und in der Einrichtung oder an einem anderen gut sichtbaren Ort. Hier geht's zu den Materialien.
(<https://ewde.sharefile.eu/share/view/>)
- Unterschriftenliste ausdrucken und in Einrichtungen auslegen.
- Den Petitionslink auf Social Media teilen. Hier geht's zu unseren Canva-Vorlagen.
(<https://www.canva.com/design>)
- Die Signatur in eure E-Mail einfügen. Findet ihr auch im Toolkit.

Hinweis: Der Petitionstext ist auch in Leichter Sprache verfügbar.

[Hier](#) findet Ihr alle Materialien.



MASSNAHMEN

Tag der Pflege 12. Mai 2025

Der Tag für unsere Profis

Die Pflegekampagne setzt sich für eine bessere Pflege und damit auch für alle Menschen ein, die in diesem Bereich arbeiten. Die Plakate können damit auch gut in Einrichtungen hängen und Bewohner:innen oder Patient:innen die Chance geben, die Petition zu unterschreiben.

- Wir haben außerdem Tattoos für den Tag der Pflege entwickelt. Mehr zu den Einsatzmöglichkeiten (für Social Media) auf Seite 16.
- Die Tattoos sowie weitere Goodies wie Gummibärchen, Taschentücher und mehr werden in den nächsten Wochen im [Shop](#) erhältlich sein.
- Canva-Vorlagen (siehe QR-Code unten).



Hier findet ihr Canva-Vorlagen zur Selbstgestaltung.



MASSNAHMEN

Einsetzen von Promis – auch lokal

Wir alle müssen uns früher oder später damit beschäftigen, dass wir älter werden. Wir freuen uns, dass wir bei unserer Pflegekampagne auf Prominente zählen können, die von vielen Menschen gesehen und gehört werden. Auch ihr könnt lokale Prominente in den sozialen Medien oder online einsetzen. Holt dafür im Vorfeld unbedingt eine Einverständniserklärung ein.

Habt ihr Interesse? Dann schreibt uns für weitere Infos eine Mail an pflagekampagne@diakonie.de.



Hier findet ihr Canva-Vorlagen zur Selbstgestaltung.



SOCIAL MEDIA

Formate und Anwendung

Mit unseren Social-Media-Posts informieren wir Abonnt:innen und rufen zur Teilnahme an Aktionen auf. Wir haben fünf wiederkehrende Formate erdacht, die gerepostet und adaptiert werden können.

- **Alterung der Personen:** Für die Pflegekampagne haben wir Prominente mit Hilfe von KI gealtert. Die passenden Social-Media-Posts enthalten zusätzliche Statements und Infos zur Petition (siehe auch Seite 14).
- **#StarkFuerPflege:** Mit der selbstbewussten Pose können alle Haltung zeigen, die sich für die Pflege stark machen.
- **Pflegealarm:** Mit dem Format können alle Alarm schlagen und auf den Pflegenotstand aufmerksam machen.
- **Heute – Morgen:** In diesem Format zeichnen wir die Vision einer positiven Zukunft, in der die Pflege angemessen behandelt wird.
- **Infografiken:** Mit unseren Infografiken klären wir Abonnt:innen über aktuelle Zahlen des Pflegesystems auf und machen auf die katastrophalen Verhältnisse aufmerksam.



SOCIAL MEDIA

Formate und Anwendung

#StarkFuerPflege

Mit der selbstbewussten Pose können alle Haltung zeigen, die sich für die Pflege stark machen.

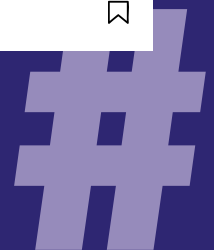
Die Protagonist:innen posieren mit einem angespannte Bizeps. Dazu sprechen sie ein Statement, warum sie sich stark für Pflege machen, zum Beispiel: »Ich mache mich stark für Pflege, weil ich dringend mehr Zeit für die Pflege meiner Mutter brauche. Abonniere unseren Kanal und mach auch du dich #StarkFuerPflege.«

Um das Bild zu vervollständigen, kann das Bizeps-Emoji noch ins Bild oder die Caption eingefügt werden.

Auch können hier unsere Tattoos zum Einsatz kommen. Auf dem Bizeps aufgeklebt sorgen sie für noch mehr Pflegestärke (siehe Seite 13).





Hier findet ihr Canva-Vorlagen zur Selbstgestaltung.



SOCIAL MEDIA

Formate und Anwendung

Pflegealarm

Mit dem Format können alle Alarm schlagen und auf den Pflegenotstand aufmerksam machen. Dafür wird ein kurzes Reel aufgenommen (Hochformat). Auf das Video wird der Instagram-Filter »Police Light« gelegt und mit einem Textfeld werden die Emojis   am oberen Bildrand eingefügt.

»Ich/wir schlage(n) Pflegealarm! Denn die Pflege braucht Hilfe!«

Anschließend wird das persönliche Problem in 2–3 Sätzen beschrieben, zum Beispiel:

- »Ich brauche täglich drei Stunden für Papierkram – das ist wertvolle Zeit, die ich für Patient:innen brauche! Es braucht eine Pflegereform!«
- »Wir mussten 15 Pflegebedürftige abweisen, weil uns die Kapazitäten fehlen. So kann es nicht weitergehen!«

Das Reel wird auf den eigenen Accounts geteilt und die Diakonie getagged. Hashtags werden in der Caption verlinkt.

In der Story wird das Video mit Swipe zur Kampagnenwebsite gepostet.

Die Diakonie repostet die Stories und sammelt sie in einer Highlight-Story.



SOCIAL MEDIA

Formate und Anwendung

Heute – Morgen

In diesem Format zeichnen wir die Vision einer positiven Zukunft, in der die Pflege angemessen behandelt wird.

Dafür färben wir die Bilder mit den Farben der Diakonie-Cl ein. Das »Heute«-Bild wird in Dunkellila, das »Morgen«-Bild in Cyan gefärbt. Die Bezeichnungen »Heute« und »Morgen« stehen immer oben links im Bild, der Text unten, linksbündig.

Das Bild für »Morgen« ragt immer schon ein bisschen ins »Heute«-Bild, so wird zusätzlich zum Swipen motiviert.



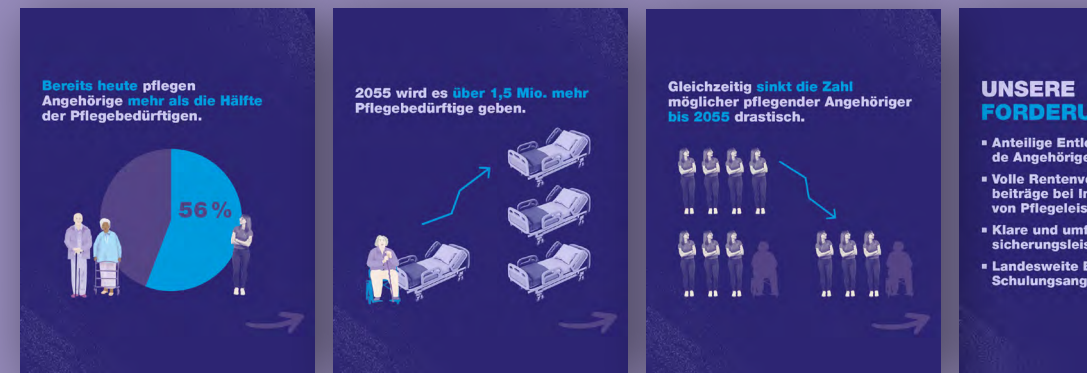
Infografiken

Mit unseren Infografiken klären wir Abonnent:innen über aktuelle Zahlen des Pflegesystems auf und machen auf die katastrophalen Verhältnisse aufmerksam.

Um die Posts informativ und gut verständlich zu halten, wird möglichst wenig Text auf die Slides geschrieben und die wichtigsten Stellen werden in Cyan hervorgehoben.

Die Infografiken enthalten Elemente aus dem Animationsfilm zur Kampagne.

Auf der letzten Slide zählen wir unsere Forderungen zu dem jeweiligen Thema gebündelt auf.



[Hier](#) findet Ihr alle Materialien

KAMPAGNENMOTIVE

Promi-Motive

Diakonie 

**AUCH DU
BRAUCHST
PFLEGE.
IRGENDWANN.**

Anna Maria Mühe
SchauspielerIn



MACH DICH #StarkFuerPflege
pflege.diakonie.de

MOTIVÜBERSICHT

Prominente Gesichter für die Pflege

Bisher konnten wir acht Prominente für unsere Kampagne begeistern. Dank ihres Engagements können wir unsere Kampagne weiter in der Öffentlichkeit verbreiten.



Ricardo Lange
Krankenpfleger



Anna Maria Mühe
Schauspielerin



Benno Fürmann
Schauspieler



Cherno Jobatey
Journalist und Fernsehmoderator



Eckart von Hirschhausen
Arzt, Gründer der Stiftung Gesunde
Erde – Gesunde Menschen



Oliver Mommsen
Schauspieler



Anja Kling
Schauspielerin



Roman Knížka
Schauspieler

MOTIVÜBERSICHT

Gestaltungsprinzip

Die Kampagnenmotive folgen einem einheitlichen Gestaltungsprinzip mit wiederkehrender Struktur:

Auf der linken Bildhälfte befinden sich oben das Diakonie-Logo (wie im Diakonie-Design-Manual), auf unterer Mitte die Headline und unter der Headline der Hashtag, Links und QR-Codes.

Die gealterten Protagonist:innen befinden sich in der rechten Bildhälfte. Die Pflegeszene wird in die Unschärfe verschoben, ist aber weiterhin klar erkennbar. Auf Brusthöhe der Protagonist:innen befinden sich der Name und die Berufsbezeichnung.

Vom Gesicht der Protagonist:innen geht ein radialer Farbverlauf in Dunkellila nach außen.

Diakonie-Logo
immer links oben
im Bild

Headline
links unten im Bild

**Hashtag, Links
und QR-Codes** links
unten im Bild



Gealterte Protagonist:innen
rechts im Bild

Name und Beschreibung
idealerweise auf Brust-
höhe platziert

**Radialer Farbverlauf in
Dunkellila** vom Gesicht
der Protagonist:innen
nach außen

MATERIAL

Giveaways und Merch

Für die Verbreitung der Kampagne in den Verbänden und der Öffentlichkeit haben wir mehrere gebrandete Goodies produziert. Erhältlich im Diakonie-Shop unter shop.diakonie.de.



Hier geht es zum Shop.

TERMINE

Übersicht 2025



Diakonie Deutschland auf dem **Deutschen Seniorentag** in Mannheim.

2. – 4. April 2025

Stand zur Pflegekampagne im Forum Diakonie auf dem **Evangelischen Kirchentag** in Hannover

30. April – 4. Mai 2025

Tag der Pflege

12. Mai 2025



Kontakt:

pflegekampagne@diakonie.de

Diakonie Deutschland

Evangelisches Werk für Diakonie
und Entwicklung e.V.

Caroline-Michaelis-Straße 1
10115 Berlin

T +49 30 652 11-0

F +49 30 652 11-33 33

diakonie@diakonie.de

www.diakonie.de

Stand: März 2025

Gestaltung: glow communication GmbH

Tempelhofer Damm 2

12101 Berlin