

Bundesweite DRK-Impfkampagne: Zusammenarbeit mit Facebook

Erfahrungsberichte, Interviews mit Fachleuten und positive Interaktionen: Die erfolgreiche Impfkampagne für Pflegekräfte, die der DRK-Bundesverband Anfang des Jahres in den sozialen Medien umgesetzt hatte, hat auch die Aufmerksamkeit von Facebook geweckt. Zur richtigen Zeit, denn die Impfmüdigkeit macht sich breit und die Impfquote stagniert.

Seit Anfang Juli läuft daher eine gemeinsame Kampagne mit dem Ziel, bisher Ungeimpfte durch Information und Aufklärung zu erreichen. Dafür unterstützt Facebook das Deutsche Rote Kreuz pro bono bei der Erstellung von Social Media-Inhalten – und verhilft den Beiträgen als sogenannte „Sponsored Posts“ zu einer größeren Reichweite als allein über die Abonnentenzahl des DRK-Kanals möglich. Bislang wurden so bereits 800.000 Menschen erreicht.

In der ersten Phase zeigten Videos und Fotos mit persönlichen Geschichten die Beweggründe für eine Impfung und informierten über den Ablauf im Impfzentrum. In der zweiten Phase, die für September geplant ist, liegt der Fokus auf tiefergehenden Informationen. Damit sollen offene Fragen beantwortet und Vorbehalte gegenüber der Covid-19-Impfung ausgeräumt werden. Um dabei möglichst viele Menschen zu erreichen, sollen die Inhalte in verschiedenen Sprachen zur Verfügung stehen. Begleitend wird in einer sogenannten „Brand Lift Study“ die Wirksamkeit der Kampagne gemessen: Wie nehmen die Menschen die Impfinformationen wahr und wie offen sind sie gegenüber einer Covid-19-Impfung, nachdem sie die Inhalte gesehen haben? Die Ergebnisse werden nach dem Ende der Kampagne vorliegen. Bei Fragen melden Sie sich bitte bei Isabelle Doll oder Dorian Luebcke vom DRK-Kampagnenteam.



Abb.: DRK

Erfahrungsbericht eines Impflings in der ersten Phase der Kampagne: Dem Reisebusfahrer Jörg Langhans gibt die Impfung Hoffnung auf eine baldige Rückkehr zur beruflichen Normalität.

Kontakt:
I.Doll@drk.de; D.Luebcke@drk.de

Projekt „rescEU stockpiling“: Vorhaltung medizinischer Schutzausrüstung

Mit der Einlagerung von 185.000 FFP3-Masken hat der zweite sogenannte „rescEU Medical Stockpile“ des Deutschen Roten Kreuzes den Betrieb am Standort Dresden aufgenommen. Im Rahmen des EU-Katastrophenschutzverfahrens war im März 2020 beschlossen worden, mit dem „rescEU stockpiling“-Projekt Kapazitäten zur medizinischen Bevorratung aufzubauen. Bereits im Frühjahr wurden die verbleibenden Bestände aus dem ersten Stockpile nach Dresden verlagert. Für die nächsten sieben Jahre wird der neue Stockpile medizinische Schutzausrüstung für den Einsatz gegen Corona und Ebola vorhalten, schwerpunktmäßig für EU-Mitgliedsstaaten und Beitrittskandidaten. Der Bundesverband wird dabei von dem Team des DRK Logistik HUB Sachsen unterstützt, das die Bevorratung vor Ort verwaltet und im Einsatzfall die Ausgabe des Materials abwickelt. Für den Einsatz ist die Schutzausrüstung als Ressource im Common Emergency Communication and Information System (CECIS) des Emergency Response Coordination Centre (ERCC) der EU gemeldet. Das Gemeinsame Melde- und Lagezentrum von Bund und Ländern (GMLZ) wird den Einsatz koordinieren. Über die Entwicklung des Projektes und die Verteilung auf die Landesverbände wird in kommenden Ausgaben weiter berichtet werden.



Zukünftig besser auf den Katastrophenfall vorbereitet: Die Einlagerung von medizinischer Schutzausrüstung in ganz Europa wird im Rahmen von RescEU finanziert

Nachhaltigkeit: Influencer unterstützen DRK-Onlinekampagne

„Wir können die Ersten und müssen die Letzten sein, die gemeinsam unseren Planeten retten“ ist die Kernbotschaft der umfassenden Onlinekampagne des Deutschen Roten Kreuzes zum Thema nachhaltiger Entwicklungsziele, der sogenannten „Sustainable Development Goals“ (SDGs) der Agenda 2030. Im Mittelpunkt der Kampagne stehen dabei Aktivitäten auf verschiedenen Social-Media-Kanälen und die enge Zusammenarbeit mit bekannten Social-Media-Persönlichkeiten. Gemeinsam mit ihnen ruft das DRK dazu auf, sich mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinanderzusetzen und selbst aktiv zu werden.

Mehr als zwölf Influencerinnen und Influencer unterstützen das DRK, indem sie ihre Community sowohl auf ihren eigenen als auch auf dem DRK-Instagram-Account für das Thema sensibilisieren und über die Projekte des DRK informieren. Für die Kampagne konnten zum Beispiel die ehemalige „GNTM“-Teilnehmerin Klaudia Giez, bekannt als „Klaudia mit K“ (349.000 Follows), „Tinchenmanderlinchen“ Tina Ruthe (165.000 Follows) sowie der Schauspieler Ludwig Trepte mit 24.000 Fans gewonnen werden. Die Herausforderung liegt in der Kombination der einzelnen Sustainable Development Goals mit praxisnahen Projektbeispielen aus der humanitären Arbeit des DRK im In- und Ausland – ohne dabei für die junge Zielgruppe langweilig zu sein. An dieser Stelle profitiert das Projekt von der Kreativität der Influencerinnen und Influencer. Sie behandeln in ihren Beiträgen Themen wie Gesundheit, sauberes Wasser, Ungleichheit, Klimaschutz, Armut und Hunger. Hierzu werden ihnen Interviewgäste und Fachleute aus dem DRK zur Seite gestellt. Das Ergebnis ist eine breite Vielfalt an unterschiedlichen Formaten wie Podcasts, Instagram-Live-Interviews und sogenannte Kanal-Takeovers, bei denen fremde Kanäle für kurze Zeit übernommen werden.



Abb.: DRK

Deutliche Botschaft der DRK-Onlinekampagne: Die Lage ist ernst, unsere Verantwortung sowohl Chance als auch Pflicht. Wir haben es in der Hand, unsere Erde aktiv zu schützen.

Bisher ist die SDG-Onlinekampagne ein großer Erfolg. Mehrere Millionen Menschen in der anvisierten Zielgruppe haben bisher die Inhalte des DRK und „seiner“ Influencerinnen und Influencer in den sozialen Medien gesehen. Besonders erfreulich ist, dass die kreativen Formate und die hochrelevanten Themen einen regen Austausch innerhalb der Community anstoßen. Erstes Ziel erfüllt! Gefördert wird die SDG-Kampagne durch die Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit GmbH (GIZ). Ursprünglich sollte die Kampagne im August 2021 auslaufen. Aufgrund des Erfolges haben sich jedoch alle Beteiligten ihre Fortführung gewünscht, sodass sie nun weiterentwickelt und bis in den November 2021 laufen wird.

Schauen Sie jetzt auf der [Kampagnenseite](#) rein und folgen Sie uns direkt auf [Instagram](#). Hintergrundinformationen finden Sie im [Intro-Video](#) und auf der [Webseite des BMZ](#).

Wer auf den eigenen Social-Media-Kanälen teilnehmen möchte: Kampagnenmaterial gibt es [hier](#) zum Download.



Abb.: DRK

Influencerin @thisisphenix lässt in ihrem Podcast DRK-Fachleute zu Wort kommen und verschafft damit dem Thema Klimawandel und Naturkatastrophen Gehör.



Abb.: DRK

Sie setzen ein Statement für den Klimaschutz (v.o.n.u.): @franzischaedel, @bonnygraphy und @Svenjafuxs.

Nachhaltigkeitsmanagement im DRK-Generalsekretariat



Foto: Jörg F. Müller / DRK

Die Nachhaltigkeitspolicy ist ein erster Schritt auf dem Weg zu einem umweltbezogen nachhaltigeren DRK

Mit dem Thema Nachhaltigkeit steht das Deutsche Rote Kreuz vor einer wesentlichen Herausforderung. Im öffentlichen Diskurs hierzulande wird es facettenreich beleuchtet und auch die Internationale Rotkreuz- und Rothalbmond-Bewegung hat Nachhaltigkeit als ein zentrales Zukunftsthema identifiziert.

Vor diesem Hintergrund hat das DRK-Generalsekretariat ein Konzept für Nachhaltigkeitsmanagement für den DRK e.V. verabschiedet, die sogenannte „**Nachhaltigkeitspolicy**“. Sie ist ein erster Schritt auf dem Weg zu einem umweltbezogen nachhaltigeren DRK e.V. – auch wenn der Nachhaltigkeitsbegriff grundsätzlich auch soziale und wirtschaftliche Aspekte einbezieht.

Die Policy wurde von einer internen, bereichsübergreifenden Arbeitsgruppe

entworfen und soll als ein lebendes Dokument verstanden werden, das regelmäßig weiterentwickelt wird. In ihr werden fünf zentrale Themenfelder mit Gültigkeit für das gesamte Generalsekretariat aufgegriffen: Energie, Reisen, Veranstaltungen, Beschaffung und Abfallvermeidung. Für die einzelnen Themenfelder gibt es jeweils einen Umsetzungsplan. So wird zum Beispiel die Gebäudeleittechnik laufend an den täglichen Bedarf der Mitarbeitenden und deren Nutzungszeiten angepasst, um den Energieverbrauch zu reduzieren. Weitere Beispiele sind die Anpassung der Reiserichtlinien bis zum Ende des Jahres sowie die Erarbeitung von Handlungsanleitungen und Best Practices für eine nachhaltige Beschaffung.

Bei Fragen wenden sich Interessierte gerne an: nachhaltig@drk.de

DRK trifft Politik: Frühstücksgespräche zur Wahl

Für die politische Interessensvertretung ist der Zeitraum unmittelbar vor der Bundestagswahl besonders spannend: Jetzt kann man den Interessen des Verbandes verstärkt Gehör verschaffen. Das DRK-Generalsekretariat hat diese Chance nicht ungenutzt gelassen. Bereits im Herbst 2020 wurde damit begonnen, Kernforderungen für DRK-Schwerpunktthemen zu setzen und Positionspapiere für Gespräche mit Mitgliedern des Bundestages auszuarbeiten. Im Frühjahr 2021 wurde dann die Veranstaltungsreihe „DRK trifft Politik“ ins Leben gerufen und im Juni und Juli fanden fünf digitale Frühstücksgespräche mit insgesamt rund 240 Teilnehmenden, davon 41 Abgeordnete des Bundestages und der Landesparlamente, statt. Auch hochrangige zivilgesellschaftliche und politische Entscheidungsträgerinnen und -träger sowie DRK-Präsidentin Gerda

Hasselfeldt und Generalsekretär Christian Reuter nahmen an den Veranstaltungen teil. Bestehende Kontakte in die Politik konnten so gestärkt und neue Kontakte geknüpft werden.

Die DRK-Themen wurden über Videokonferenz und mit ausgewählten Podiumsgästen zur Frühstückszeit engagiert diskutiert: Neben der Rolle des DRK im Bevölkerungsschutz und den Freiwilligendiensten der Zukunft waren die Anpassung der humanitären Hilfe an den Klimawandel, die Sicherung der Blutversorgung und der Arbeitskräftemangel im sozialen Sektor jeweils im Fokus der Gespräche. Das Format, das im Generalsekretariat bereichsübergreifend organisiert wurde, wurde von den Abgeordneten positiv aufgenommen. Es soll in der kommenden Legislaturperiode fortgeführt werden.



Abb.: DRK / Michael Handemann