

Wo Stellenanzeigen Reichweite verlieren

Pflegekräftemangel ist in den meisten ambulanten Diensten kein Bewerber-, sondern ein Sichtbarkeits- und Übersetzungsproblem. So das Ergebnis einer Analyse von Stellenanzeigen im KI-Audit.

Von Giovanni Bruno

Eine Analyse der fokus digital GmbH zu 100 Stellenanzeigen ambulanter Pflegedienste ergibt einen Durchschnittsscore von 4,2 von 10 Punkten; Reichweite verschenken die meisten bereits im Titel. Anhand einer fiktiven Münchner Anzeige zeigt Teil 1 der Serie in fünf lockeren Folgen, an welchen elf Stellen Pflegedienstleitungen ihre Sichtbarkeit ohne großen Aufwand verbessern können.

Das verwendete Audit prüft Stellenanzeigen auf drei Ebenen: Auffindbarkeit (Suchbegriffe, Suchvolumen, strukturierte Daten), inhaltliche Vollständigkeit (welche bewerberrelevanten Angaben fehlen oder unklar bleiben) und Sprachqualität (Verständlichkeit, Tonfall, Floskelanteil). Grundlage sind nach Angaben des Anbieters mehr als 65 Live-Datenquellen, darunter Suchvolumina, Wettbewerberanzeigen im gleichen PLZ-Bereich und regionale Lohnniveaus.

Ausgangsmaterial: eine fiktive Anzeige eines ambulanten Pflegediensts in München-Sendling, rund 50 Mitarbeiter:innen. Sie beginnt mit „Zur Verstärkung unseres Teams ...“, endet mit „Bewerbung bitte mit vollständigen Unterlagen per Mail“ und nennt das Gehalt „nach Tarif“. Score: 3,1 von 10.

Die elf Schritte des Audits:

1. **Such-Relevanz des Titels** – 2/10. „Examierte Altenpflegerin (m/w/d)“ hat in München rund 480 monatliche Suchanfragen. „Pflege-



Die Stellenanzeige muss auch mobil gut lesbar sein, denn 70 Prozent der Pflege-Bewerber:innen öffnen mobil.

Foto: Fotolia/Amir Kaljikovic

fachkraft ambulant München“ kommt auf 2.900. Die Anzeige verschenkt Reichweite um den Faktor sechs, bevor der erste Satz steht.

2. **Schema.org/Google for Jobs** – 0/10. Die Anzeige liegt ohne strukturiertes JobPosting-Markup auf der Karriereseite. Folge: Sie er-

scheint nicht in Google for Jobs, einem der wichtigsten Vergleichskanäle für Pflegekräfte. Die technische Umsetzung ist trivial.

3. **Nutzen in den ersten 200 Zeichen** – 1/10. Die ersten Sätze handeln vom Arbeitgeber, nicht vom oder von der Bewerber:in. Auf

dem Handy ist das die ganze sichtbare Fläche. Ohne Gehalt, Tour oder Dienstmodell scrollt niemand weiter.

4. **Gehaltstransparenz** – 0/10. „Bezahlung nach Tarif“ ist im Münchner Markt das härteste K.O.-Kriterium. Wettbewerber im gleichen PLZ-Bereich nennen 4.100

bis 4.450 Euro plus 270 Euro München-Zulage plus SFN-Zuschläge, konkret ausgewiesen.

5. **Authentische Team- und Kulturhinweise** – 2/10. „Familiäres Klima“ steht in 84 Prozent der geprüften Anzeigen und überzeugt niemanden mehr. Was wirkt: Foto, Vorname und O-Ton einer realen Kollegin.

6. **Greifbare Benefits statt Floskeln** – 2/10. „Attraktive Sozialleistungen“ ist nicht entscheidungsrelevant. Was wirkt: MVV-Zuschuss in Euro, fester Dienstwagen mit Modell, konkrete Kita-Unterstützung, 4-Tage-Woche-Option.

7. **Strukturierte Aufgabenbeschreibung** – 4/10. Die Standard-Bullet-Liste sagt nichts über den Berufsalltag. Wirksamer ist ein realer Tagesablauf, etwa „07:00 Tour-Start Sendling, 12:30 Pause, 14:30 Übergabe“.

8. **Realistische Anforderungen** – 3/10. Zwölf Punkte, davon neun „wünschenswert“, schrecken vor allem Berufsrückkehrerinnen und Quereinsteigerinnen ab, also genau jene Gruppen mit belastbarer Berufserfahrung. Wirksamer: maximal drei Muss-Kriterien.

9. **Niederschwelliger Bewerbungsweg** – 1/10. „Bewerbung mit Anschreiben per Mail“ siebt 2026 vor allem die guten Bewerber:innen heraus. Ein-Klick-Bewerbung, WhatsApp oder Rückrufoption verdoppeln die Bewerbungszahlen messbar.

10. **Mobile Lesbarkeit** – 4/10. Über 70 Prozent der Pflege-Bewerber:in-

nen öffnen mobil. Die geprüfte Karriereseite zeigt ein Desktop-Layout: lange Zeilen, kleine Schrift, kein sichtbarer Bewerbungs-Button im ersten Sichtfeld.

11. **Lokale Verortung** – 3/10. „Tätigkeit im Großraum München“ ist in dieser Stadt die schlechteste Auskunft. Bewerber:innen bewerten Stadtteil, Tourgebiet, ÖPNV und Parksituation oft vor dem Gehalt.

Drei der elf Kriterien wiegen besonders schwer. In München führen Gehaltstransparenz, Bewerbungsweg und Suchtitel zu mehr als der Hälfte des Reichweite-Effekts. Werden allein diese drei Eingriffe vorgenommen, steigt der Score regelmäßig auf 6 bis 7.

Die elf Kriterien sind keine Stilfrage, sondern eine Messlatte. Wer eigene Anzeigen einmal dagegen prüft, hat innerhalb von zwei Wochen ein klares Bild der eigenen Schwachstellen.

Die nächsten Fachbeiträge dieser Reihe erweitern die Perspektive auf die gesamte Recruiting-Kette: den Arbeitgebermarken-Selbstcheck für Pflegedienstleitungen (Teil 2), den Social-Media-Redaktionsplan für zwölf Monate in einer Sitzung (Teil 3), die Wettbewerbsanalyse gegen den regionalen Mitbewerber (Teil 4) und die KI-gestützte Kampagne von der Idee zum Social Post in 60 Minuten (Teil 5).

Der Autor ist Google-zertifizierter Digital spezialist und Geschäftsführender Gesellschafter der fokus digital GmbH. Info: www.fokus-d.de

DIE ELF KRITERIEN AUF ENEN BLICK

Schneller Selbsttest für jede Stellenanzeige:

- Such-Relevanz Titel – Steht der Begriff drin, mit dem Bewerber tatsächlich googeln?
- Schema.org/Google for Jobs – Liefert die Karriereseite strukturiertes JobPosting-Markup?
- Nutzen erste 200 Zeichen – Mobil sofort erkennbar, was der Bewerber davon hat?
- Gehaltstransparenz – Konkrete Spanne in Euro plus Zulagen?
- Team/Kultur – Echte Personen, echte Stimmen statt Slogans?
- Benefits – Greifbar (Euro, Modell, Tag, Zuschuss) statt Floskel?
- Aufgaben – Tagesablauf konkret statt generische Bullets?
- Anforderungen – Max. drei Muss-Kriterien, Rest „wünschenswert“?
- Bewerbungsweg – Ein Klick, WhatsApp oder Rückruf möglich?
- Mobile Lesbarkeit – Auf dem Smartphone in fünf Sekunden erfassbar?
- Lokale Verortung – Stadtteil, ÖPNV, Tour, Parken konkret benannt?

Betreutes Seniorenwohnen: Umfrage gestartet

Träger und Anbieter können bis zum 10. Juli teilnehmen

SozialBank und SozialGestaltung erheben gemeinsam mit sieben Spitzenverbänden der Wohlfahrtspflege neue Marktdaten zum Betreuten Seniorenwohnen. Die Ergebnisse sollen Investoren und Betreibern als Planungsgrundlage für neue Projekte dienen und werden im November 2026 auf einem Kongress vorgestellt.

Mit der Erhebung wollen SozialBank und SozialGestaltung laut eigenen Angaben Marktentwicklungen, Herausforderungen und Perspektiven eines Segments erfassen, das angesichts der demografischen Entwicklung zunehmend in den Fokus von Trägern und Kapitalge-

bern rückt. Adressiert werden Träger, Anbieter und Verantwortliche im Betreuten Wohnen. Kooperationspartner sind AWO, bpa, Caritas, Diakonie, DRK, Paritätischer Gesamtverband sowie der Deutsche Verein für öffentliche und private Fürsorge.

Inhaltlich zielt die Umfrage auf operative und betriebswirtschaftliche Kernfragen: Welche Angebotsstrukturen lassen sich am Markt platzieren, welche Wohnungsgrößen werden nachgefragt, welche Betreuungsformen tatsächlich genutzt – und wo stoßen die Versorgungskonzepte im Pflegefall an ihre Grenzen? Damit greift die Studie genau jene

Schnittstellen auf, an denen Betreutes Wohnen und ambulante Pflege ineinandergreifen.

Die Teilnahme ist bis zum 10. Juli über die Plattform Lamapoll möglich. Die Auswertung wird am 26. November 2026 auf dem Kongress Betreutes Wohnen unter dem Titel „Zukunftsfähiges Seniorenwohnen: wirtschaftlich, wirksam, wohnortnah“ in Frankfurt/M. präsentiert.

Umfrage unter: www.survey.lamapoll.de/Umfrage_Betreutes_Seniorenwohnen_2026. Kongressanmeldung unter www.sozialgestaltung.de/seminar/kongress-betreutes-wohnen-2026.

KI-Telefonassistent für Pflegeeinrichtungen

Pro-Version automatisiert Krankmeldungen und Bewerber-Vorqualifizierung

Hey-listen.ai, deutscher Anbieter von KI-basierten Telefonassistenten, bringt eine eigens für Pflegeeinrichtungen entwickelte Produktlinie auf den DACH-Markt, teilt das Unternehmen mit. Die vier Pakete adressieren zwei der drängendsten organisatorischen Probleme der Branche: die Annahme von Krankmeldungen rund um die Uhr und die telefonische Vorqualifizierung von Bewerbern.

Die Pflegeheim-Linie im Überblick:

- Pflegeheim Essential – KI-Telefonassistent für allgemeine Anrufe, FAQ-Auskunft, Anliegen-Aufnahme und Rückruf-Service. 24/7 erreichbar, DSGVO-konform.

- Pflegeheim Plus Bewerber – Essential plus telefonische Bewerber-Vorqualifizierung mit strukturiertem Kurzinterview (Position, Erfahrung, Anstellungsart, Starttermin).

- Pflegeheim Plus Krankmeldung – Essential plus Krankmeldungs-Aufnahme rund um die Uhr. Die Pflegedienstleitung wird unmittelbar nach dem Anruf per SMS benachrichtigt.

- Pflegeheim Pro – Die Vollversion mit allen Funktionen für Einrichtungen und Träger, die beide Module produktiv nutzen wollen.

Beispiel Bewerber-Vorqualifizierung: Bei eingehenden Bewerbungs-Anfragen führt der

Agent ein strukturiertes Kurzinterview und übergibt die Daten direkt an die Personalabteilung – getrennt vom allgemeinen Anrufer-Posteingang. Bewerbende bekommen das, was sie am Telefon erwarten: ein professionelles, freundliches Gespräch – egal, ob sie um 14 Uhr oder um 22 Uhr anrufen.

Alle Pakete laufen auf einer DSGVO-konformen Voice-Engine. Die Datenverarbeitung verbleibt vollständig in Deutschland.

Info: Eine kostenlose Demo des Voice-Agents kann unter www.heylisten.ai/pages/demo ausprobiert werden.