



Die größte Recruiting-Lüge in der Pflege: „Uns findet sowieso niemand“

Der Arbeitsmarkt in der Pflege ist angespannt – daran besteht kein Zweifel. Pflegefachkräfte sind rar, ambulante Dienste konkurrieren mit Kliniken, stationären Einrichtungen und anderen Branchen.

Viele Verantwortliche ziehen daraus einen scheinbar logischen Schluss: Es gibt einfach niemanden mehr. Doch diese Annahme greift zu kurz. Denn während der Markt tatsächlich leerer wird, verändert sich gleichzeitig das Bewerberverhalten grundlegend.

Pflegekräfte suchen heute anders als noch vor wenigen Jahren

Klassische Stellenanzeigen allein reichen längst nicht mehr aus. Menschen informieren sich über soziale Medien wie Instagram oder TikTok, konsumieren Videos, bekommen Einblicke in den Arbeitsalltag – oft ganz nebenbei. Sie reagieren stärker auf weiche Faktoren, auf Atmosphäre, Haltung und Authentizität, weniger auf formale Anforderungslisten. Recruiting beginnt damit häufig lange bevor jemand aktiv nach einer Stelle sucht.

Digitale Sichtbarkeit

Ein weiterer, häufig unterschätzter Hebel ist die lokale digitale Sichtbarkeit. Für Pflegedienste spielt Google

Mini-Checkliste für Pflegedienste

Überprüfen Sie Ihre Sichtbarkeit:

- Sind wir bei Google Maps korrekt, aktuell und vollständig gelistet?
- Haben wir regelmäßig neue Bewertungen – und reagieren wir darauf?
- Wird unser Pflegedienst bei Google gefunden, wenn man nach Pflegejobs in unserer Region sucht?
- Ist auf den ersten Blick klar, wofür wir als Arbeitgeber stehen?
- Ist der Bewerbungsweg einfach, schnell und verständlich?



Foto: Shutterstock/Konstantin/Adobe Stock

Maps eine zentrale Rolle – sowohl bei der Personal- als auch bei der Klientengewinnung. Wer in der eigenen Region nicht sichtbar ist, existiert für viele potenzielle Bewerber schlicht nicht. Bewertungen, aktuelle Unternehmensprofile und klare Standortinformationen beeinflussen, ob Vertrauen entsteht oder nicht. Hinzu kommt: Über Google Maps lassen sich inzwischen sogar gezielt regionale Werbeanzeigen schalten, die genau dort erscheinen, wo Menschen aktiv suchen.

Auch die eigene Website entscheidet über Auffindbarkeit. Suchmaschinen müssen heute technisch „verstehen“, was ein Unternehmen ist, wo es sitzt und wofür es steht. Strukturierte Website-Daten, saubere Seitenstrukturen und klar formulierte Inhalte sorgen dafür, dass Pflegedienste bei relevanten Suchanfragen überhaupt erscheinen. Oft sind es kleine technische Anpassungen, die eine große Wirkung entfalten – gerade im lokalen Umfeld.

Doch Sichtbarkeit allein reicht nicht

Der zweite Schritt ist mindestens genauso entscheidend: klare Arbeit-

geberbotschaften und einfache Bewerbungsprozesse. Wer sind wir als Arbeitgeber? Wofür stehen wir? Und wie unkompliziert ist der Weg zur Bewerbung wirklich? Lange Formulare, unklare Ansprechpartner oder fehlende Rückmeldungen führen dazu, dass Interessierte abspringen – meist kommentarlos.

Fazit: Der Markt ist herausfordernd, ja. Doch das Problem ist selten ausschließlich der Mangel an Menschen. Häufig liegt es daran, dass Pflegedienste digital nicht gefunden werden oder sich nicht klar positionieren. Kleine Hebel – richtig eingesetzt – können hier eine erstaunlich große Wirkung entfalten.



Foto: fokus.digital GmbH

Giovanni Bruno
Geschäftsführender
Gesellschafter fokus
digital GmbH
www.fokus-d.de