



Content-Recycling: Aus 1 mach 6

Warum Pflegeeinrichtungen mit bestehenden Inhalten mehr Reichweite, mehr Bewerbungen und weniger Aufwand erzielen.

Die Zeit, in der man für jeden Kanal eigene Inhalte produziert hat, ist vorbei. Denn wer im Recruiting heute Reichweite und Bewerbungen erzielen will, braucht vor allem eines: Effizienz. Und genau hier setzt ein strategischer Hebel an, der oft unterschätzt wird – das Content-Recycling. Der Grundgedanke: Aus einem Thema entstehen sechs wirksame Formate – ohne zusätzliche Ressourcen.

Vom Gedanken zur Kampagne – 1 Thema, 6 „Assets“

Ein Beispiel: Ihre Pflegedienstleitung berichtet über das neue Einarbeitungskonzept. Das Thema ist relevant, praxisnah und emotional. Statt nun nur einen Facebook-Post zu schreiben, wird daraus eine komplette Content-Strecke:

1. Social Post mit Bild & Zitat
2. Instagram Story mit Behind-the-Scenes-Video
3. Reel mit kurzer O-Ton-Sequenz
4. Blogbeitrag auf der Karriereseite
5. PDF als Infoblatt fürs interne Recruiting oder Messen
6. E-Mail an Interessierte oder ehemalige Bewerber

Praxistipps

1. Thema definieren (z. B. Einarbeitung, Dienstplanung, Azubis)
2. Medienformat festlegen (Video, Interview, Zitat, Grafik)
3. Kanäle planen (Facebook, Instagram, Blog, E-Mail, Print)
4. Verwertungslogik festlegen (z. B. Reel → Story → Blog → PDF)
5. KPIs messen (z. B. Reichweite, Bewerberkontakte, Interaktionen)
6. Nutzung intern abstimmen (z. B. für Messe, Social Ads, Mailings)



Recruiting-Erfolg entsteht nicht durch mehr Content, sondern durch bessere Nutzung vorhandener Inhalte.

Ohne Mehraufwand wird der Sichtbarkeitsfaktor damit sechsmal höher – und Ihre Botschaft erreicht Pflegekräfte dort, wo sie heute digital unterwegs sind.

KPI statt Gefühl – Output und Wirkung verdoppeln

Das Ziel ist nicht nur mehr Inhalt – sondern mehr Wirkung pro investierter Stunde. Ein strategisches Content-System erlaubt es, aus wenigen Themen maximalen Nutzen zu generieren. Ihre Kennzahl: Content-Output verdoppeln bei gleichem Budget. Statt ständig neuen Ideen hinterherzulaufen, werden bestehende Inhalte modular gedacht, verteilt und wiederverwendet. Der Reel-Ausschnitt taucht

später im Blog auf. Die Inhalte der Story fließen in ein Whitepaper. Das PDF wird beim nächsten Bewerbungstag ausgedruckt – und zeigt Kontinuität. Gerade in der Pflege, wo Ressourcen knapp sind, ist das ein echter Effizienzhebel. Gute Inhalte entstehen ohnehin im Alltag – sie müssen nur systematisch dokumentiert, aufbereitet und ausgespielt werden.

Content ist Gold – und lässt sich mehrfach verwenden

Wer denkt, Recruiting-Content müsse immer neu erfunden werden, arbeitet ineffizient. Die Lösung liegt im klugen System – aus einem Thema wird eine ganze Kampagne. Das reduziert Aufwand, stärkt die Wiedererkennung der Arbeitgebermarke und ermöglicht auch kleineren Trägern, dauerhaft sichtbar zu bleiben. Im Jahr 2026 wird nicht der Träger die Nase vorn haben, der am meisten produziert – sondern der, der Inhalte strategisch recycelt und sichtbar macht.



Foto: fokus digital GmbH

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