



Online-Recruiting muss nicht teuer sein

Pflegeeinrichtungen gewinnen qualifizierte Fachkräfte zunehmend über Facebook, Instagram & Co. - effizient, zielgerichtet und bereits ab 97 Euro pro Bewerbung.

Pflegekräfte sind Mangelware – und trotzdem bleibt die Bewerbungsmappe oft leer. Viele Einrichtungen schalten teure Stellenanzeigen in Jobportalen, bekommen aber nur wenige Rückmeldungen – oder gar keine passenden. Dabei gibt es längst einen anderen Weg: digitale Recruiting-Kampagnen über Facebook, Instagram, Google oder YouTube. Und wer es richtig macht, gewinnt qualifizierte Bewerbungen bereits ab 97 € – im Schnitt für maximal 200 € pro Bewerbung

Push statt Pinnwand

Die wichtigste Veränderung: Heute warten wir nicht mehr, bis jemand unsere Anzeige findet – wir spielen sie direkt an die Zielgruppe aus. Wer etwa auf YouTube Pflegevideos schaut oder auf Instagram dem Hashtag #Pflege folgt, ist potenziell interessiert. Und wird genau dort mit einer passenden Anzeige abgeholt. Das nennt man Push-Recruiting – und es funktioniert. Viele Träger setzen inzwischen monatlich 600–700 Euro pro Kanal ein, zum Beispiel auf Meta oder Google. Das



Foto: Adobe Stock/Gajus

Viele Träger setzen inzwischen monatlich 600–700 Euro pro Kanal ein.

klingt nicht nach viel – reicht aber oft schon aus, um mehrere qualifizierte Bewerbungen pro Monat zu generieren. Der Schlüssel liegt in der Zielgruppengenauigkeit, einem klaren Bewerbungsprozess und einer attraktiven Präsentation.

Qualität entscheidet - nicht Klicks

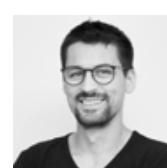
Die genannten Werte von 97 bis 200 Euro pro qualifizierter Bewerbung beziehen sich ausdrücklich nicht auf bloße Klicks oder flüchtige Interessensbekundungen. Gemeint sind konkrete, ernsthafte und vollständige Bewerbungen – mit Lebenslauf, nachvollziehbarer Motivation und echtem Interesse an der ausgeschriebenen Stelle sowie einer klaren Passung zur Einrichtung. Möglich wird diese Effizienz durch eine Kombination aus zielgerichteten Kampagnen, einer optimierten Karriereseite oder Landingpage sowie einer benutzerfreundlichen digitalen Bewer-

bungserfahrung, die insbesondere auf mobile Endgeräte abgestimmt ist.

Besonders entscheidend ist dabei die inhaltliche und technische Qualität der eigenen Karriereseite. Moderne Stellenanzeigen lassen sich so strukturieren und codieren, dass sie von Google for Jobs und anderen Suchmaschinen automatisch erkannt und gelistet werden. Das erhöht nicht nur die Reichweite, sondern reduziert auch den Streuverlust.

Recruiting muss nicht teuer sein

Wer in der Pflege heute erfolgreich rekrutieren will, muss die Wege der Zielgruppe kennen – und genau dort präsent sein. Mit digitalen Kampagnen lassen sich verlässlich Bewerbungen generieren, selbst bei kleinem Budget. Entscheidend ist nicht, wie viel Geld man ausgibt – sondern wie gezielt, professionell und strukturiert es eingesetzt wird.



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