

MUSTER-AUDIT · BRANCHENVORLAGE PFLEGE & THERAPIE

Pflegedienst Lindenblüte · Status Quo

Ambulante Pflege · Berlin · ca. 22 Mitarbeitende · inhabergeführt

1 AUF EINEN BLICK

Pflegedienst Lindenblüte ist ein inhabergeführter ambulanter Pflegedienst in Berlin. Die Kernchance: Die Nachfrage nach ambulanter Pflege übersteigt das Fachkräfteangebot in Berlin massiv – die Stellenüberhangsquote liegt bei 66,6 % (Altenpflege) bis 77,2 % (Gesundheits-/Krankenpflege). Das drängendste Problem: Zwei offene Stellen sind seit über vier Monaten unbesetzt, weil die Personalgewinnung ausschließlich über Jobbörse und Mundpropaganda läuft – keine aktive Ansprache dort, wo die Zielgruppe tatsächlich ist.

66,6-77,2 %Stellenüberhangsquote Pflege Berlin
(KOFA, Jul. 25–Jun. 26)**~270-296 Tg.**Ø Vakanzzeit Pflege bundesweit 2024
(BMAS-Anfrage)**4+ Monate**

offene Stellen bei Lindenblüte unbesetzt

2 ANGEBOT & POSITIONIERUNG

Verkauft wird ambulante Grund- und Behandlungspflege, hauswirtschaftliche Unterstützung sowie Beratung für Pflegebedürftige und Angehörige im Berliner Stadtgebiet. Für Bewerber:innen fehlt aktuell ein erkennbares Arbeitgeberprofil: Weder Website noch Social Media kommunizieren, warum man bei Lindenblüte statt bei einem der schätzungsweise 800+ anderen Berliner Pflegedienste arbeiten sollte.

3 ZIELGRUPPEN

PRIMÄR Examinierte Pflegefachkraft, 28–45 Jahre, aktuell in stationärer Einrichtung/Klinik, ausgelaugt von Schichtdienst und Personalmangel, sucht planbare Dienste und mehr Eigenverantwortung im 1:1-Kontakt.

SEKUNDÄR Pflegehelfer:in/Alltagsbegleiter:in ohne Examen, häufig Wiedereinsteiger:in nach Familienpause · Quereinsteiger:in mit Interesse an Pflegeausbildung/Hospitation.

4 AKTUELLE MARKETING-AUSRICHTUNG & KANÄLE

Website: vorhanden, aber technisch veraltet, kein Mobile-First-Design erkennbar, keine eigene Karriereseite, Stellen nur als PDF-Anhang oder gar nicht online.

Social Media: Facebook-Seite vorhanden, letzter Beitrag vor >1 Jahr; kein Instagram, kein LinkedIn.

Bezahlte Ads: keine. Recruiting läuft ausschließlich über Bundesagentur-Jobbörse, gelegentliche unbezahlte Indeed-Anzeigen und Mundpropaganda im Team.

5 PERFORMANCE & FUNNEL-REIFE (IST)

Kein Social Proof (keine Mitarbeiterfotos/-stimmen), keine klare Bewerbungs-CTA, kein Low-Friction-Bewerbungsweg – nur E-Mail mit Anforderung vollständiger Unterlagen. Keine Google- oder Meta-Ads-Präsenz. Funnel-Reife de facto bei null.

6 GRÖSSTE UNGENUTZTE POTENZIALE

- Kein Social Recruiting, obwohl Zielgruppe mehrheitlich auf Instagram/Facebook erreichbar ist
- Keine Low-Friction-Bewerbung (WhatsApp/2-Klick-Formular statt vollständiger Unterlagen)
- Kein sichtbares Employer Branding (Team, Werte, Arbeitsalltag)
- 4 Monate Vakanz kosten real Umsatz und überlasten das Bestandsteam
- Keine Differenzierung gegenüber 800+ anderen Berliner Pflegediensten

MUSTER-AUDIT · BRANCHENVORLAGE PFLEGE & THERAPIE

Pflegedienst Lindenblüte · Optimierung & Strategie

Recruiter-Funnel · Einstiegsbudget 600 €/Monat

7 OPTIMIERUNGS-VORSCHLÄGE

● Quick Wins

- Karriereseite mit klarer EVP + WhatsApp-2-Klick-Bewerbung
- Instagram-/Facebook-Recruiting-Kampagne mit echten Team-/Alltagsinhalten
- Stellenanzeigen mit konkreten Vorteilen statt Textbaustein-Standard
- Mitarbeiter-werben-Mitarbeiter-Prämie aktiv kommunizieren

● Strukturell

- Laufender Recruiter-Funnel mit Quiz-/Formular-Landingpage statt Einzelanzeigen
- Einfacher Employer-Branding-Content (Handyfotos genügen)
- Tracking/Pixel-Setup für Kosten pro Bewerbung

8 KANAL-STRATEGIE & BUDGET-SPLIT

KANAL	ANTEIL	BUDGET/MON.	BEGRÜNDUNG
Meta Ads (Insta/FB)	70 %	420 €	Zielgruppe dort aktiv, günstigster Kanal pro Bewerbung in der Pflege
LinkedIn Ads	15 %	90 €	Ergänzend für examinierte Fachkräfte mit Berufsprofil
Retargeting	15 %	90 €	Warmen Landingpage-Traffic zurückholen

9 FUNNEL- & BOTSCHAFTS-KONZEPT

TOFU→MOFU→BOFU: Aufmerksamkeit über kurze Video-/Bild-Ads mit echtem Team statt Stockfotos → Landingpage mit EVP + kurzem Quiz ("Passt ambulante Pflege zu dir?") → 2-Klick-Bewerbung per WhatsApp/Formular, Rückruf binnen 24h.

"Schluss mit Schichtchaos – planbare Dienste in der ambulanten Pflege"

"1:1 statt Akkordpflege: mehr Zeit für deine Patient:innen"

"Wiedereinstieg nach der Familienpause – wir machen es dir leicht"

10 FAHRPLAN

PHASE 1 · MON. 1-2

Fundament

600 €, Meta-Setup + Landingpage + Tracking. Ziel: 5-8 qualifizierte Bewerbungen.

PHASE 2 · MON. 3-6

Skalierung

800–1.000 €, Creatives skalieren, LinkedIn ergänzen. Ziel: 2 Neueinstellungen.

PHASE 3 · AB MON. 7

Optimierung

CPA-Logik etabliert, Skalierung nur bei CPA unter Zielwert.

11 ERWARTBARES ERGEBNIS

Bei 600–1.000 €/Monat realistisch **8–15 qualifizierte Bewerbungen/Monat**, Kosten pro qualifizierter Bewerbung realistisch **40–90 €** (Pflegefachkraft teurer als Helfer/Alltagsbegleiter) – Bandbreite, keine Garantie.

Nächster Schritt

30 Min. Erstgespräch – EVP, offene Stellen & Startbudget klären, unverbindlich

[Erstgespräch buchen →](#)