

Mehr Pflegefachkräfte. Weniger Zufall.

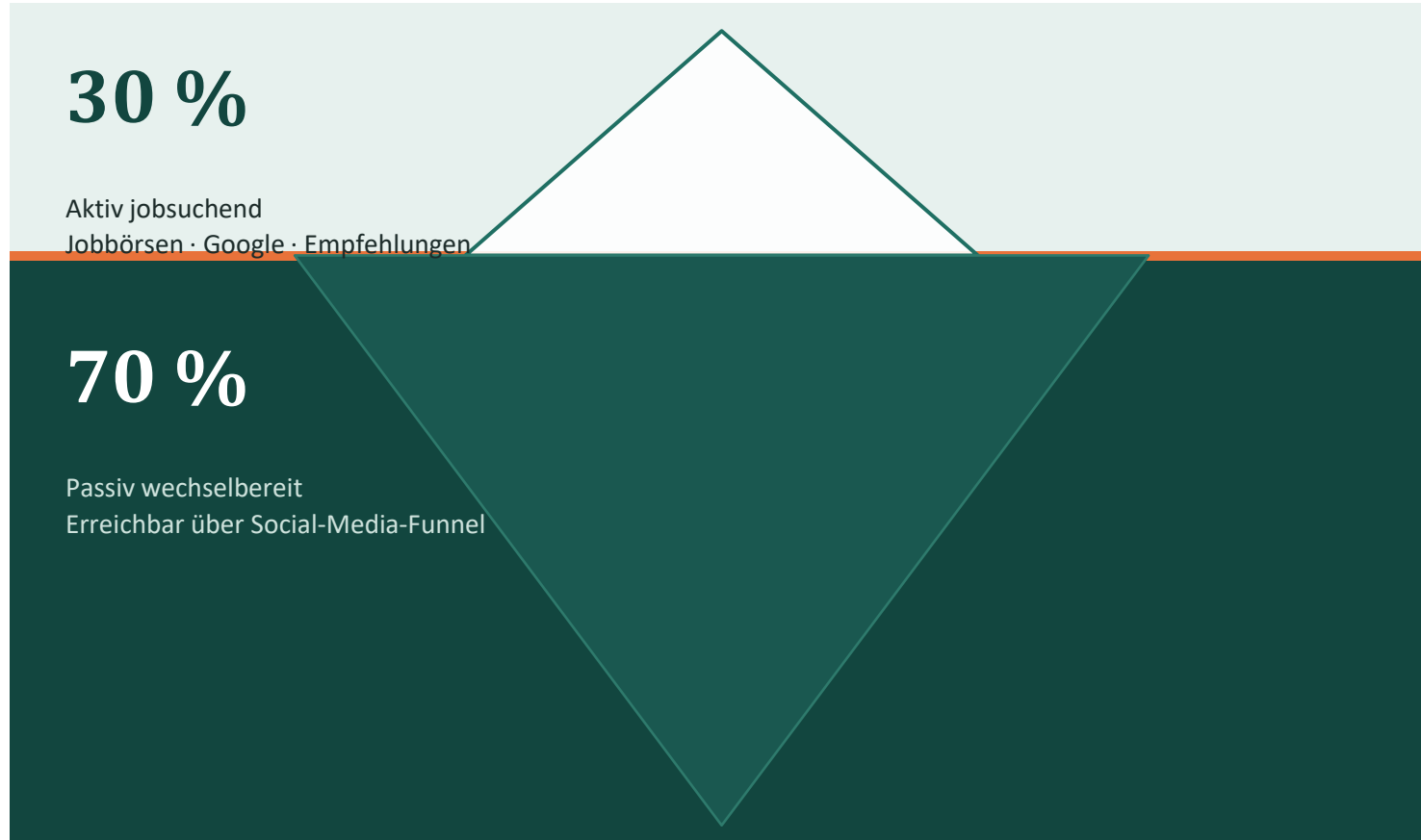
Wie Pflegedienst Lindenblüte über einen eigenen Social-Media-Recruiting-Funnel planbar Pflegefachkräfte und Pflegehelfer:innen gewinnt – statt auf Jobbörsen zu warten.

Offene Positionen

- Pflegefachkraft (m/w/d)
- Pflegehelfer:in / Alltagsbegleiter:in (m/w/d)

Der Eisberg-Effekt

Warum Jobbörsen nur einen Bruchteil der passenden Pflegekräfte erreichen



Quelle: LinkedIn Talent Solutions – allgemeines Prinzip zum Arbeitsmarkt, nicht Pflege-spezifisch erhoben

BERLIN & BRANDENBURG

bis zu 77 %

der offenen Pflegestellen bleiben rechnerisch unbesetzt –
keine passend qualifizierten Arbeitslosen verfügbar

Quelle: KOFA-Ländersteckbrief Berlin/Brandenburg (Jul. 25–Jun. 26)

Ø Vakanzzeit Pflege bundesweit 2024

269–296 Tage

Quelle: BMAS, parlamentarische Anfrage, Nov. 2024

Viele qualifizierte Pflegekräfte wissen noch gar nicht, dass Lindenblüte der bessere Arbeitgeber wäre. Ein empathischer Funnel öffnet genau diese Tür – bevor sich die Stelle 9 Monate lang selbst wegbewirbt.

Warum Funnel-Recruiting für Lindenblüte?

Fünf Gründe, warum das die seit 4 Monaten offene Stelle endlich füllt

1

Höhere Reichweite

Erschließt die 70 % passiv wechselbereiten Pflegekräfte, die keine Jobbörse öffnen.

2

Günstigere Bewerbungen

45–180 € Kosten pro Bewerbung in der Pflege via Meta – planbarer als Inserate ohne Resonanz.

3

Automatische Vorqualifizierung

Quiz filtert nach Position, Erfahrung und Startzeitpunkt, bevor das erste Gespräch stattfindet.

4

Stärkere Arbeitgebermarke

Zeigt Dienstwagen, planbare Touren und Teamkultur – die eigentlichen Argumente von Lindenblüte.

5

Schnellerer Prozess

2–4 Wochen Time-to-Hire über Social Recruiting statt 6–12 Wochen im klassischen Bewerbungsfluss.

Zwei der fünf Gründe zahlen direkt auf das größte Problem von Lindenblüte ein: zu wenig Sichtbarkeit bei passenden Kräften – nicht zu wenig Bedarf am Markt.

So funktioniert der Recruiting-Funnel

Fünf Schritte, bevor das erste persönliche Gespräch stattfindet



Ergebnis: Die Bewerberin versteht bereits, warum Lindenblüte zu ihr passt – bevor das erste persönliche Gespräch überhaupt stattfindet.

Nächste Schritte & Budget

Vom Erstgespräch zum ersten Bewerbungseingang in wenigen Wochen

1 Funnel & Kampagne aufsetzen

Landingpage, Quiz und erste Creatives bauen (Woche 1–2)

2 Kampagne starten

Geografisches Targeting Berlin/Brandenburg, Meta Special Ad Category „Employment“

3 Bewerbungen zeitnah nachfassen

Rückmeldung binnen 24 Std. – entscheidet über Abbruchquote

4 Nach 4 Wochen auswerten

Cost-per-Bewerbung prüfen, Creatives & Zielgruppen nachschärfen

Kein Alters- oder Geschlechts-Targeting möglich (Metas Special Ad Category für Stellenanzeigen) – Ansprache wirkt ausschließlich über Inhalt und geografische Eingrenzung.

RICHTWERTE · BRANCHE PFLEGE

Zielregion

Berlin & Brandenburg (Speckgürtel Potsdam)

Media-Budget

ab 600 €/Monat Einstieg · Ø 1.300 €/Stelle Vollausbau

Kosten pro Bewerbung

45–180 € (Branche Pflege, Meta)

Time-to-Hire

2–4 Wochen statt 6–12 Wochen klassisch

Mindestlaufzeit

3 Monate für belastbare Optimierung

Quellen: TalentBait Social-Recruiting-Kostenanalyse (5.000+ Kampagnen, DACH) · KOFA-Ländersteckbriefe Berlin/Brandenburg